

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**Unidad de Posgrados**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de MAGISTER EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tema:**

**DISEÑO DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS Y COMUNICACIÓN  
DIGITAL PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE LA  
UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.**

**Autora:**

**ECON. MARÍA LEONOR PARRALES POVEDA**

**Director:**

**ING. PATRICIO ANTONIO VELASCO, MSC.**

**AGOSTO 2014**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, **MARÍA LEONOR PARRALES POVEDA**, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de Titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

-----  
**María Leonor Parrales Poveda**

CC. 1307310068

## **DEDICATORIA**

A Leonor y Horacio por su amor incomparable.

A Dios, por haberme regalado el don de la vida, por ser mi fortaleza en mis momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de mucho aprendizaje, experiencias, felicidad y realizaciones.

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	IV
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
ANTECEDENTES.....	XVII
EL PROBLEMA .....	XVII
ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	XVII
JUSTIFICACIÓN .....	XVIII
OBJETIVOS .....	XXVI
GENERAL .....	XXVI
ESPECÍFICOS.....	XXVI
MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	XXVII
INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	XXVII
NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	XXVII
INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA .....	XXVII
HIPÓTESIS.....	XXVIII
DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN .....	XXVIII
1. INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>8</b>
<b>1. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
2. REFERENCIAS CONCEPTUALES .....	9
2.1 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.....	9
2.2 ADMINISTRACIÓN.....	10
2.3 LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS.....	11

2.4 GESTIÓN UNIVERSITARIA.....	12
2.5 DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL .....	12
2.6 GERENCIA ESTRATÉGICA .....	13
2.7 LIDERAZGO ESTRATÉGICO .....	13
2.8 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	14
2.9 GOBIERNO INSTITUCIONAL.....	14
2.10 GOVERNABILIDAD INSTITUCIONAL .....	14
2.11 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC's) .....	15
2.12 COMUNICACIÓN DIGITAL.....	15
2.13 DIMENSIÓN DE LA COMUNICACIÓN.....	16
2.14 COMUNICACIÓN CORPORATIVA .....	17
2.15 CANALES DE COMUNICACIÓN .....	18
2.16 REDES SOCIALES .....	18
2.17 PÁGINA WEB.....	19
2.18 BLOG CORPORATIVO .....	20
2.19 POSICIONAMIENTO. ....	21
2.20 POSICIONAMIENTO POR BENEFICIOS. ....	22
2.21 MÉTODOS DE POSICIONAMIENTO .....	23
2.22 POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	23
2.23 POSICIONAMIENTO MEDIANTE PLANIFICACIÓN .....	24
2.24 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO .....	25
3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	26
OBJETIVOS INSTITUCIONALES: .....	32

## **CAPÍTULO II ..... 37**

### **1. CONTEXTUALIZACIÓN ..... 37**

1.1 ANÁLISIS DEL MEDIO INTERNO .....	39
TABLA N° 1.....	39
TABLA N° 2 .....	40
TABLA N° 3.....	41
1.2 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INSTITUCIÓN .....	41

1.3 SUPOSICIONES CLAVES .....	42
1.3.1 ESCENARIO FACTIBLE .....	42
1.4 MATRIZ FODA .....	44
TABLA N° 4.....	44
 <b>CAPÍTULO III.....</b>	 <b>45</b>
 <b>1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ DESDE LA ÓPTICA DE LOS LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS Y DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL.....</b>	   <b>45</b>
2. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	47
2.1 POBLACIÓN: AUTORIDADES DE LA UNESUM.....	47
TABLA N° 5.....	47
2.2 POBLACIÓN: EMPLEADOS DE LA UNESUM .....	47
TABLA N° 6.....	47
2.3 POBLACIÓN: DOCENTES DE LA UNESUM.....	48
TABLA N° 7.....	48
2.4 DETERMINACIÓN DE LAS MUESTRAS: .....	48
2.5 NOMENCLATURA:.....	49
2.6 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA DE ESTUDIANTES DE LA UNESUM.....	49
TABLA N° 8.....	49
2.7 DETERMINACIÓN DE LA CUOTA DE MUESTREO .....	50
TABLA N° 9.....	50
3. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	50
TABLA N° 10.....	50
4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN. .....	51
4.1 TÉCNICAS:.....	51
4.1.1 ENCUESTA.....	51
4.1.2 ENTREVISTA.....	51
4.2 INSTRUMENTOS: .....	52

4.2.1 CUESTIONARIO .....	52
5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	52
5.1 CLIENTES EXTERNOS.....	52
5.2. ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN INVESTIGADA .....	52
TABLA N° 11 .....	52
6. INTERPRETACIÓN DE DATOS .....	53
6.1 PREGUNTA 1. AL PENSAR EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES CONSIDERA USTED MÁS IMPORTANTE EN EL MEDIO? .....	53
TABLA N° 12.....	53
6.2 PREGUNTA 2. SI LAS SIGUIENTES UNIVERSIDADES TRADICIONALES Y PRIVADAS IMPARTIERAN LA CARRERA QUE QUIERE ESTUDIAR ¿CUÁL DE ELLAS SERÍA LA DE PREFERENCIA SUYA PARA REALIZAR SUS ESTUDIOS? .....	56
TABLA N° 13.....	56
6.3 PREGUNTA 3. ¿CÓMO CONSIDERA USTED EL NIVEL ACADÉMICO Y PROFESIONAL DE LOS DOCENTES DE LA UNESUM? .....	57
TABLA N° 14.....	57
6.4 PREGUNTA 4. ¿CONSIDERA USTED QUE EL NIVEL DE RECONOCIMIENTO O POSICIONAMIENTO DE LA UNESUM EN LA PROVINCIA DE MANABÍ ESTÁ DETERIORADO? .....	59
TABLA N° 15.....	59
6.5 PREGUNTA 5. ¿CREE USTED QUE EL PERSONAL DOCENTE DE LA UNESUM NECESITA NUEVA CAPACITACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA RELACIÓN ENSEÑANZA APRENDIZAJE? .....	61
TABLA N° 16.....	61
6.6 PREGUNTA 6. ¿DESDE SU PUNTO DE VISTA CUÁLES SON LOS ASPECTOS NEGATIVOS QUE TIENE PARA USTED LA UNESUM? .....	63
TABLA N° 17.....	63
6.7 PREGUNTA 7. ¿DE LAS SIGUIENTES UNIDADES CUÁL CONSIDERA USTED QUE ES LA QUE MÁS ACOGIDA TIENE ENTRE LOS ESTUDIANTES QUE INGRESAN A LA UNESUM? .....	66
TABLA N° 18.....	66
6.8 PREGUNTA 8. ¿CÓMO CONSIDERA USTED LA ATENCIÓN BRINDADA POR EL	

PERSONAL ADMINISTRATIVO ACTUAL DE LA UNESUM? .....	68
TABLA N° 19 .....	68
6.9 PREGUNTA 9. ¿CONSIDERA USTED QUE UN SISTEMA APROPIADO DE COMUNICACIÓN DIGITAL AYUDARÍA A LA UNESUM A MEJORAR SU IMAGEN Y SU POSICIONAMIENTO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ? .....	70
TABLA N° 20 .....	70
6.10 PREGUNTA 10. ¿CÓMO ESTUDIANTE USTED SE SIENTE SATISFECHO CON LA CALIDAD DE ESTUDIOS O EL NIVEL ACADÉMICO IMPARTIDOS POR LA UNESUM?..	72
TABLA N° 21 .....	72
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS CLIENTES INTERNOS.....	74
7.1 PREGUNTA 1. ¿CONSIDERA USTED QUE LA UNESUM LE BRINDA TODAS LAS COMODIDADES Y LAS FACILIDADES PARA REALIZAR SU TRABAJO?.....	74
TABLA N° 22 .....	74
7.2 PREGUNTA 2. ¿CONSIDERA USTED QUE UN SISTEMA DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS Y COMUNICACIÓN DIGITAL AYUDARÁN A LA UNESUM A MEJORAR LA CATEGORÍA Y SU IMAGEN EN LA PROVINCIA Y A NIVEL NACIONAL? .....	76
TABLA N° 23 .....	76
7.3 PREGUNTA 3. ¿CONSIDERA USTED QUE EL NIVEL DE RECONOCIMIENTO O POSICIONAMIENTO DE LA UNESUM EN LA PROVINCIA DE MANABÍ ESTÁ DETERIORADO? .....	77
TABLA N° 24 .....	77
7.4 PREGUNTA 4. ¿SEGÚN SU CRITERIO QUÉ HACE QUE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR SEA DE EXCELENCIA Y CALIDAD?.....	80
TABLA N° 25 .....	80
7.5 PREGUNTA 5. ¿CREE USTED QUE LA UNESUM CUENTA CON UN APROPIADO SISTEMA DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS QUE LE AYUDEN A TOMAR DECISIONES CORRECTAS CON RESPECTO A LAS ACTIVIDADES QUE ESTA REALIZA? .....	83
TABLA N° 26 .....	83
7.6 PREGUNTA 6. ¿CÓMO CONSIDERA USTED EL NIVEL ACADÉMICO Y PROFESIONAL DE LOS DOCENTES DE LA UNESUM? .....	85
TABLA N° 27 .....	85
7.7 PREGUNTA 7. ¿CÓMO CONSIDERA USTED LA ATENCIÓN BRINDADA POR EL	



PERSONAL ADMINISTRATIVO ACTUAL DE LA UNESUM TANTO A LA SOCIEDAD COMO AL PERSONAL INTERNO? .....	87
TABLA N° 28 .....	87
7.8 PREGUNTA 8. ¿CONSIDERA USTED QUE LAS AUTORIDADES DE LA UNESUM, SUS DOCENTES Y SU PERSONAL PROCEDEN CON NORMAS ÉTICAS EN TODAS SUS ACTIVIDADES Y DECISIONES? .....	89
TABLA N° 29 .....	89
7.9 PREGUNTA 9. COMO MIEMBRO UNIVERSITARIO ¿CUÁLES SON PARA USTED LOS ASPECTOS NEGATIVOS QUE TIENE LA UNESUM? .....	91
TABLA N° 30 .....	91
7.10 PREGUNTA 10. DE LAS SIGUIENTES UNIDADES DE LA UNESUM ¿PARA USTED CUÁL DE ELLAS CONSIDERA QUE NECESITA MÁS ATENCIÓN EN CUANTO A RESTRUCTURACIÓN ACADÉMICA SE REFIERE? .....	94
TABLA N° 31 .....	94
7.1.1 NIVEL DE SIGNIFICACIÓN .....	97
7.1.2 ELECCIÓN DE LA PRUEBA ESTADÍSTICA .....	97
7.1.3 DATOS OBSERVADOS .....	98
TABLA N° 32 .....	98
7.1.4 GRADOS DE LIBERTAD .....	98
7.1.5 VALOR DE LA TABLA .....	99
TABLA N° 33 .....	99
7.1.6 DATOS ESPERADOS .....	99
TABLA N° 34 .....	99
7.1.7 ANÁLISIS DE FRECUENCIAS OBSERVADAS CON ESPERADOS .....	100
TABLA N° 35 .....	100
8. GRÁFICO DE LA VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	100
8.1 CONCLUSIÓN .....	101
 <b>CAPÍTULO IV .....</b>	 <b>102</b>
 <b>1. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS Y DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD</b>	

<b>ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.</b> .....	102
1.1 LINEAMIENTOS LEGALES .....	103
1.2 LINEAMIENTOS PARA EL EJE ACADEMIA .....	104
1.3 LINEAMIENTOS PARA EL EJE INVESTIGACIÓN .....	105
1.4 LINEAMIENTOS PARA EL EJE INFRAESTRUCTURA .....	106
1.5 LINEAMIENTOS PARA EL EJE GESTIÓN INSTITUCIONAL .....	107
1.6 LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.....	108
 <b>CAPÍTULO V.....</b>	 <b>110</b>
 <b>CONCLUSIONES.....</b>	 <b>110</b>
 <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	 <b>114</b>
 <b>ANEXOS .....</b>	 <b>121</b>
 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.....</b>	 <b>121</b>
 <b>ENCUESTA.....</b>	 <b>121</b>
 <b>ENCUESTA.....</b>	 <b>127</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	39
TABLA 2.....	40
TABLA 3.....	41
TABLA 4.....	44
TABLA 5.....	47
TABLA 6.....	47
TABLA 7.....	48
TABLA 8.....	49
TABLA 9.....	50
TABLA 10.....	50
TABLA 11.....	52
TABLA 12.....	53
TABLA 13.....	56
TABLA 14.....	57
TABLA 15.....	59
TABLA 16.....	61
TABLA 17.....	63
TABLA 18.....	66
TABLA 19.....	60
TABLA 20.....	70
TABLA 21.....	72
TABLA 22.....	74
TABLA 23.....	76
TABLA 24.....	77
TABLA 25.....	80
TABLA 26.....	83
TABLA 27.....	85
TABLA 28.....	87
TABLA 29.....	89
TABLA 30.....	91
TABLA 31.....	94
TABLA 32.....	98

TABLA 33.....	99
TABLA 34.....	99
TABLA 35.....	100

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.....	54
GRÁFICO 2.....	56
GRÁFICO 3.....	58
GRÁFICO 4.....	59
GRÁFICO 5.....	61
GRÁFICO 6.....	64
GRÁFICO 7.....	66
GRÁFICO 8.....	68
GRÁFICO 9.....	70
GRÁFICO 10.....	72
GRÁFICO 11.....	74
GRÁFICO 12.....	76
GRÁFICO 13.....	78
GRÁFICO 14.....	81
GRÁFICO 15.....	83
GRÁFICO 16.....	85
GRÁFICO 17.....	87
GRÁFICO 18.....	89
GRÁFICO 19.....	92
GRÁFICO 20.....	95
GRÁFICO 21.....	100

## **RESUMEN**

Establecer un plan de lineamientos estratégicos basados en la comunicación digital para mejorar el posicionamiento institucional de la universidad Estatal del Sur de Manabí UNESUM, reviste una vital importancia dada la coyuntura actual de la Institución; es en esta premisa que se orienta la tesis y se concreta mediante un proceso de investigación tanto bibliográfica como de campo.

En el capítulo II se define una contextualización de la UNESUM relacionada especialmente a la nueva legislación en materia de Educación Superior y la normativa vigente, así como los instrumentos que ha definido la Institución de cara al proceso de intervención al que está expuesto actualmente.

En el capítulo III se diagnostica la situación actual de la Universidad Estatal del Sur de Manabí desde la óptica de los lineamientos estratégicos y de la comunicación digital, incluye los componentes claves de la calidad y excelencia académica que constituyen parámetros de evaluación del CEAACES, y además se despliega el resultado del grado de aceptación de la comunidad universitaria relacionada con el tema de tesis.

Concluye el estudio con una propuesta sobre lineamientos estratégicos y de comunicación digital para mejorar el posicionamiento de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

**PALABRAS CLAVE:** Posicionamiento institucional, Lineamientos Estratégicos comunicación digital, Competitividad Académica.

## **ABSTRACT**

Establish a plan of strategic guidelines based on digital communications to improve the institutional position of the State University of Southern Manabí UNESUM, is of vital importance given the current situation of the institution; It is on this premise that the thesis is oriented and concrete through a process of research, both literature and field.

In Chapter II a contextualization of UNESUM especially related to the new legislation on higher education and regulations, as well as instruments that defined the institution of facing the intervention process that is currently defined above. In Chapter III the current situation of the State University of Southern Manabi from the perspective of the strategic guidelines and digital communication is diagnosed, including the key components of quality and academic excellence are CEAACES assessment parameters, and also the result of the degree of acceptance of the university community related thesis topic unfolds.

The study concludes with a proposal for strategic guidelines and digital communications to improve the position of the State University of Southern Manabí.

**KEYWORDS:** Institutional Positioning, Strategic Guidelines digital communication, Academic Competitiveness.



## **ANTECEDENTES**

### **El problema**

En la actualidad la educación en el Ecuador ha entrado en un proceso de mejoramiento continuo, situación que desde hace seis años aproximadamente ha venido implantando un sin número de cambios, mismos que se han registrado en el sistema educativo ecuatoriano y que buscan mejorar los estándares académicos, científicos y de extensión y que abarcan a todos los implicados tanto estudiantes, docentes, directivos, y sociedad en general.

Luego de la intervención a la Universidad Estatal del sur de Manabí, en adelante UNESUM, por parte del Consejo de Educación Superior CES, se detectaron problemas administrativos, financieros y académicos en ésta, motivo por el cual la universidad se vio en la necesidad de realizar mejoras en la institución, reformando su estatuto, mejorando el nivel académico y relación de dependencia de sus docentes, entre otras estrategias aplicadas para lograrlo.

Por esta razón el problema de esta investigación se enfoca en la debilitada imagen y posicionamiento que presenta en el mercado después de su intervención la UNESUM, misma que al ser evaluada nuevamente por el CEAACES en su informe final de fecha 27 de noviembre del año 2013 la ubica en categoría D, dejando una percepción de preocupación en la comunidad universitaria y sociedad por el riesgo de su desaparición como institución de Educación Superior.

### **Antecedentes del problema**

Esta investigación será aplicada directamente en la universidad, porque su imagen se ha deteriorado de manera acelerada, por ello todos los procesos a indagar serán tratados en el campo de los hechos, con información primaria para lograr el objetivo de esta exploración.

Este estudio se ha propuesto cambiar significativamente este problema, mediante diferentes estrategias que ayudarán a posicionar en el mercado a la UNESUM, basadas en lineamientos estratégicos y comunicación digital, lineamientos que señalaran sistemáticamente los procesos y pasos a seguir por medio de la comunicación digital, la misma que por su diversidad de técnicas será la más eficiente estrategia para cambiar la imagen corporativa y lograr posicionar a la universidad en la mente misma de la ciudadanía y sobre todo de los estudiantes.

## **JUSTIFICACIÓN**

La evaluación de las universidades en el Ecuador corresponde a una problemática general que para contrarrestarla se emitió El Mandato constituyente No 14 el mismo que fue expedido por la Asamblea Nacional Constituyente el 22 de julio de 2008, en el cual establece la obligación del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA) de elaborar un informe técnico sobre el nivel de desempeño institucional de los establecimientos de Educación Superior, a fin de garantizar su calidad, propiciando su depuración y mejoramiento.

La educación superior es un sistema que funciona articuladamente entre instituciones públicas y privadas en los niveles de pre-grado y pos-grado, todo ello en una íntima y estrecha relación a la ciencia, cultura, tecnología, arte, etc., todas ellas en sus diferentes campos de aplicación con la formación de profesionales competentes y eficientes, capaces de ofrecer una solución a los problemas que aquejan a la sociedad ecuatoriana, alcanzando un crecimiento sostenido y democrático del estado ecuatoriano facilitando alcanzar el Buen Vivir como así lo dispone la Constitución de la República y Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir 2013-2017.

La Universidad Estatal del Sur de Manabí en estos momentos ha sido intervenida y evaluada administrativa, académica y financieramente por una comisión designada por el Consejo de Educación Superior CES y por el Consejo

de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior CEAACES respectivamente, con el propósito de lograr la excelencia en sus procesos; adicionalmente se anotan algunas observaciones que se derivan a partir de conversaciones mantenidas con algunos docentes y en reuniones de trabajo desarrolladas, al respecto de la inestabilidad laboral existe gran cantidad de profesores sin contratos, contratados sin relación de dependencia y con sus remuneraciones mensuales atrasadas en sus pagos, por este motivo se detecta un continuo cambio del personal docente, esto genera un arranque de semestre anormal lo que incide significativamente en el cumplimiento de las labores académicas, en el desarrollo de los sílabos y calificaciones entregadas a destiempo, es decir no se procede tal como lo dispone el normal calendario de actividades desembocando en el incumplimiento del dictado de la cátedra de algunos docentes.

La acción de exploración en la UNESUM, es muy frágil, a pesar que la LOES (Ley Orgánica de Educación Superior) toma "la investigación científica y tecnológica", como actividad propia de la universidad, la presente organización universitaria no beneficia la ejecución de este tipo de diligencia, principalmente por la investigación universitaria que se realiza a través de proyectos muy pequeños, de carácter disciplinario, desarrollados generalmente por iniciativa de docentes (tesis de doctorado) y estudiantes, además la falta o escasez de investigadores con nivel adecuado de formación, a la que se suma la falta de estímulos que obstaculizan su creatividad generando una deficiente institucionalización de la investigación en la universidad, esto se agrava por la falta de cultura para trabajar en equipo, escasa tecnología de información y comunicación, deficiente información científica, carencia de profesionalización de los investigadores universitarios y escaso número de especialistas de cuarto nivel PhD y MsC., ampliamente descritas en el plan de excelencia y de fortalecimiento institucional.

La problemática particular de cada campo de acción de la función de vinculación con la colectividad de la UNESUM es explicada por cada área y

departamento, detectándose la inexistencia de un Plan General de Vinculación con la Colectividad (Programas, Líneas, Proyectos), así como también el reglamento de vinculación con la colectividad desactualizado y sin aprobación generando una desarticulada presentación de proyectos de vinculación con la sociedad.

Por lo antes indicado, es importante y necesaria la solución, de modo rápido y efectivo, para que progrese este centro de estudios superiores, siendo las principales causas la falta de instrumentos jurídicos debidamente actualizados y acordes con la nueva realidad del marco legal del Estado ecuatoriano, así también un plan estratégico de desarrollo institucional 2014 – 2018 desarticulado de las actuales acciones institucionales y aún no aprobado, infraestructura física limitada, con grave afectación para espacios de oficinas, aulas, servicios básicos, accesos y demás obras conforme a la normativa de accesibilidad, señalética, circulación peatonal y vehicular, entre otros, además se puede notar que hay un equipamiento incompleto y obsoleto, sin tecnología actualizada, y lo que más ha generado inconvenientes es el libre albedrío derivado de la concentración de poder en el nivel de decisiones, sin el correcto asesoramiento para áreas financieras y técnicas, ha desembocado en toma de decisiones equivocadas con presuntas responsabilidades administrativas, civiles y penales.

Razones por las cuales el Honorable Consejo Universitario de la Universidad Estatal del Sur de Manabí ha resuelto reformar su Estatuto, en el mismo se refleja cambios como, propiciar la formación profesional, técnica y científica de sus estudiantes, profesores/as e investigadores/as, contribuyendo al logro de una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en concordancia con la Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento, además de la posibilidad de ofertar carreras que respondan a las necesidades sustanciales de la zona del Sur de Manabí y del país, dentro de una concepción integral del hombre, que estimule su crecimiento personal y colectivo y propicie una sociedad en permanente transformación.

Se evidencia además que han tomado acciones en cuanto al área de bienestar estudiantil ya que ésta es la unidad administrativa de la institución que tiene como objetivo el manejo de ayudas económicas, becas a por lo menos el 10% de estudiantes regulares que no cuenten con recursos económicos suficientes, con alto promedio y/o distinción académica y con capacidades diferentes, así como a los deportistas de alto rendimiento que representen al país en eventos internacionales, a condición que acrediten niveles de rendimiento académico regulados por la UNESUM; ofrecer los servicios asistenciales a la comunidad, trabajo social, atención médica, odontológica, laboratorio clínico, a fin de promover un ambiente de respeto a la integridad física, psicológica y sexual de los estudiantes, como también garantizar el ejercicio de los derechos a quienes demanden sanciones por violación de derechos o apelen ante las instancias pertinentes por decisiones adoptadas, garantizará y fomentará valores éticos en la comunidad universitaria, esto genera seguridad en los estudiantes ya que dentro de sus derechos está el recibir una educación superior de excelencia, participar en el Honorable Consejo Universitario siempre que cumplan con los requisitos establecidos en la LOES, se les permite asociarse y expresarse con plena libertad y respeto a la comunidad universitaria además de recibir apoyo para las actividades académicas, culturales, deportivas y sociales, que sean en representación de la Institución y que contribuyan a su formación integral; y los demás señalados en la Constitución, Ley Orgánica de Educación Superior, leyes de la República.

Así mismo los estudiantes deben cumplir sus obligaciones académicas con responsabilidad y acatar y cumplir los preceptos establecidos en la Constitución, Leyes que regulan la Educación Superior, Estatuto, reglamentos, y disposiciones de las autoridades y organismos universitarios además de promover un ambiente de paz y respeto hacia los miembros de la comunidad universitaria; tendrán la obligación de sufragar en las elecciones de autoridades y representantes estudiantiles, de acuerdo con la ley, así como cuidar y conservar los bienes de la institución, participar en los procesos de evaluación y acreditación para mejorar la calidad de las actividades académicas.

Todo lo anteriormente señalado se deriva con el objetivo de optimizar sus procesos a través de un Plan de Mejoras que la posicionen en una nueva categoría y tipología, acción que cambiaría la imagen de la institución a nivel nacional e internacional, de ahí la importancia de los medios de comunicación digital (On-Line) en la difusión de todas estas noticias y cambios en la UNESUM es trascendental debido a que dichos medios interactúan con la colectividad, dicha información llega al mundo sin respetar fronteras ni horarios, siendo oportuna y develando la realidad de los hechos.

La investigación de la problemática es primordial y urgente el que la UNESUM, diagnostique su situación actual desde la óptica de la información analógica, así como también el investigar las posibles opciones de comunicación digital que puedan ser aplicadas a su realidad, ello permitirá el proponer un adecuado plan por medio de la Web 2.0 para mejorar su status actual.

Siendo la UNESUM una organización académica en el ámbito del desarrollo nacional, es necesario determinar si la comunicación digital será una herramienta que logre perfeccionar sus procesos de comunicación actuales y constatar la percepción de la sociedad en cuanto a su posicionamiento como institución que aporte al desarrollo de la Zona Sur de Manabí y el país.

Por otro lado, comprobar que la marca UNESUM en el mercado de la educación superior, actualmente es un referente ya que con 12 años de creación en la evaluación del mandato 14 se posicionó como la primera en la provincia de entre 5 universidades, siendo categorizada como C. Partiendo de ello el cambio de la imagen institucional para posicionar a la Universidad Estatal del Sur de Manabí como institución líder en la provincia de Manabí es vital, porque el desarrollo y progreso de un pueblo reside en la educación.

Además hay que establecer la importancia del uso creciente de la tecnología digital en general y el internet que han provocado cambios sociales significativos que dicho en otras palabras es el nacimiento de un nuevo paradigma

cultural el cual ha modificado las prácticas, comportamientos, valores individuales y formas organizativas afectando especialmente a la producción, distribución, comunicación y uso del conocimiento.

La universidad no puede funcionar como una entidad que genere conocimiento internamente, por ello la UNESUM debe configurarse como un ente de coordinación de una red donde participan actores internos y externos, lo cual permitirá generar aportes a través de redes que excedan los límites institucionales, con transparencia, apertura y liderazgo.

La UNESUM no ha experimentado la transformación asentada en una cultura digital, a pesar de que ya tiene cierta presencia tecnológica, la mayor parte de iniciativas son simples elementos del marketing, ello precisamente es el reto que enfrenta actualmente el corregir la creciente brecha digital entre los profesores y estudiantes, entre la UNESUM y la sociedad.

En este sentido un plan de comunicación digital aplicado a la universidad permitirá la incorporación de los medios sociales que ayuden a la generación de contenidos relacionados con la docencia e investigación, el que la UNESUM implemente modelos de conocimiento que sean abiertos en todos los aspectos de la actividad de la institución, permitirá la adaptación de profesores, estudiantes y personal administrativo a la cultura digital.

El peligro es evidente para la Universidad Estatal del Sur de Manabí institución encargada de la formación de profesionales en diferentes áreas, considerando que un factor muy relevante como son los costos de la educación, dichos costos pueden ser reducidos sustancialmente con la tecnología digital. En el presente, la universidad como institución física, ya no es necesaria como intermediaria para el acceso al conocimiento, debido a que una de las herramientas de mayor capacidad de información a distancia que ha traído consigo la tecnología mundial es el Internet, se ha convertido en medio idóneo para impartir una enseñanza no sólo para la empresa de hoy en día las cuales se

destacan con fines económicos sino para las organizaciones educativas que hoy elaboran proyectos educativos para llevar a las comunidades mayor cantidad y calidad de aprendizaje.

Por otra parte, en los diversos programas y proyectos, que el gobierno Ecuatoriano apunala, se destaca la tecnología de punta donde cada uno emplea sus conocimientos y también otros que tienen la oportunidad de reforzarlos.

Por tal motivo este recurso tecnológico para la educación es formidable ya que produce mayor cobertura en el desarrollo del aprendizaje. El Internet es una "red de redes" es decir una red que no sólo interconecta computadoras, sino que interconecta redes de información entre sí. A través del uso del Internet se posibilita, por primera vez en la historia de la educación que la mente quede liberada de tener que retener una cantidad enorme de información. Sólo es necesario comprender los conceptos sobre la dinámica de los procesos en las cuales una información está encuadrada, ello permite utilizar métodos pedagógicos con los cuales el alumno puede aprender más y mejor en un año, lo que antes se requería de tres años.

Ahora, los docentes pueden destinar su esfuerzo y el de los alumnos en desarrollar más las capacidades mentales que les posibiliten a los estudiantes poder aplicar adecuadamente la información y elaboración creativamente pudiendo así producir una calidad superior de razonamiento, en base a estos beneficios se buscará así también satisfacer la creciente necesidad de posicionar a la UNESUM como una universidad que aporta a la generación de conocimiento e investigación.

Cabe resaltar la importancia de la investigación y el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación e información en la Educación Superior y en el mundo globalizado, pudiendo constituirse en el acontecimiento más relevante que hayan vivido las universidades en general y la educación superior en todo el Ecuador. En el internet no existen fronteras, ello ha permitido que el mensaje



pueda llegar a una gran cantidad de usuarios ya que actualmente la comunicación digital supera en gran medida a la comunicación tradicional.

Continuando con el análisis según las estadísticas del (INEC, 2013), al año 2011, el uso de internet se ubicó en 4.175.760 usuarios, cifra que es representativa para plantear una estrategia de comunicación digital que refuerce el posicionamiento institucional de la universidad a nivel nacional y mundial. Adicionalmente a dichas cifras uno de los factores que influyen en la calificación de la universidad es el que tenga un adecuado manejo de sus recursos online.

Así también Según las estadísticas del (INEC, 2013) hasta el año 2012, el 40.4% usan internet al menos una vez al día, 53.3% usa internet una vez a la semana, el 50.4% tiene activado un teléfono celular, del total de 50.4% el 12.2% tiene teléfonos inteligentes (Smartphone).

A todo lo indicado anteriormente, se suma que el uso del internet en Ecuador se ha incrementado en los últimos años según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2013), en base a esto se establece que hubo un incremento de usuarios, específicamente 991.109 personas, es decir un 13.47% de incremento en relación al año 2010. Por ello se hace prioritario que la UNESUM comience a realizar una estrecha vinculación con los ciudadanos ecuatorianos de tal forma que les pueda ofrecer toda la información académica con la que dispone y a su vez obtener así mismo información sobre las necesidades y tendencias que tiene el Ecuador en cuanto a educación superior se refiere; ello permitirá que la universidad desarrolle investigaciones adecuadas optimizando todos los recursos con los que cuenta.

La presente investigación pretende responder al siguiente cuestionamiento ¿Cómo los lineamientos estratégicos y de comunicación digital influyen en el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí?

## **OBJETIVOS**

### **General**

Diseñar lineamientos estratégicos y de comunicación digital que permitan mejorar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

### **Específicos**

1. Fundamentar la investigación a través del estudio de metodologías y teorías sobre lineamientos estratégicos y comunicación digital que permitan definir el posicionamiento actual de la universidad.
2. Examinar e identificar la situación actual de la Universidad Estatal del Sur de Manabí desde la óptica de los lineamientos estratégicos y de la comunicación digital para alcanzar por medio de estos la optimización de su nivel académico y por ende remontar la categoría asignada al momento.
3. Proponer los lineamientos estratégicos y de comunicación digital que permitan mejorar el posicionamiento institucional a nivel nacional como internacional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

## **METODOLOGÍA**

La investigación se desarrolló bajo la línea base del enfoque cuantitativo, cualitativo permitiendo que dentro de la investigación se logre comprobar la factibilidad y viabilidad del modelo teórico planteado al inicio de la investigación por medio de las interrogantes. Ello posibilitó conseguir información que fue relevante con respecto a las variables objeto de estudio las mismas que se encuentran relacionadas íntimamente con el problema en estudio, así mismo el enfoque cuantitativo permitió valorar cuantitativamente los medios digitales y determinar los niveles de actualización, secciones, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, redes sociales y herramientas multimedia que se

están empleando; asimismo permitió comprender los procesos y lógicas de trabajo además de los lineamientos estratégicos y de los medios de comunicación digital. Este medio además permitió cuantificar detalladamente el nivel de posicionamiento de la Universidad Estatal del sur de Manabí.

Los resultados que se obtuvieron en la investigación de campo fueron sometidos a comprobaciones sistemáticas de los hechos, para ello se estableció un contacto directo y cercano con la realidad, permitiendo obtener la información que permita alcanzar los objetivos que se han planteado al inicio de la investigación los mismos que fueron objeto de un análisis estadístico.

### **Modalidad básica de la investigación**

Para la ejecución de la siguiente investigación se utilizó las siguientes modalidades:

#### **Investigación de campo.**

La utilización de la investigación de campo, ayudó a recolectar información en el donde acontecen los hechos, por ello la investigación se realizó a todas las personas que laboran y estudian en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, las mismas que aportaron con información relevante para diagnosticar la realidad de la universidad.

### **Nivel o tipo de investigación**

#### **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva permitió detallar de forma clara cómo se presenta el fenómeno en estudio, aportando cuál es la incidencia que tiene para mejorar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. La investigación descriptiva no se limitó a la recolección de datos, ya que también ayudó al pronóstico e identificación de las relaciones que existen entre las variables que se están investigando para lograr los objetivos planteados en la presente investigación.

## HIPÓTESIS

Los lineamientos estratégicos y comunicación digital permitirán mejorar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

## DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se realizó en la UNESUM, en la ciudad de Jipijapa específicamente en los predios de la institución.

**Campo:** Administración

**Área:** lineamientos y Comunicación digital

**Aspecto:** Posicionamiento Institucional

**Delimitación espacial:** La Universidad Estatal del sur de Manabí se encuentra ubicada en la provincia de Manabí, Km 11/2 vía Noboa S/N Campus Los Ángeles - Jipijapa- Ecuador Teléfono: 05-2600229 / 052601657 / 05-2602237



## **1. INTRODUCCIÓN**

La Sociedad del Conocimiento consiste en un estadio del desarrollo social caracterizado por la creciente capacidad de sus miembros de obtener y compartir cualquier información en tiempo real, desde cualquier lugar y en el formato preferido. Esta capacidad está basada en las nuevas herramientas e infraestructura de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Finkelievich y Prince, 2006).

Las instituciones entendidas como espacio de desarrollo y constitución de redes sociales, debieran gestionar el ambiente en el que el conocimiento es creado, descubierto, capturado, compartido, depurado, validado, transferido, adoptado, adaptado y aplicado (Collison y Parcell, 2003).

Los espacios virtuales en las instituciones son un proceso y resultado del tratamiento y de la comunicación mediante computadoras, datos, informaciones y conocimientos, que consiste en representar electrónicamente y en forma numérica digital, objetos y procesos del mundo real. De ahí que virtualizar la universidad es, sobre todo, virtualizar sus espacios funcionales, o en otras palabras, disponer sectores del ciberespacio para apoyar o sustituir tecnológicamente las actividades académicas y administrativas realizadas físicamente en los espacios tradicionales.

El desarrollo de las TIC's en el escenario universitario ha de sustentarse con una adecuada estrategia de administración y gestión no sólo de las tecnologías y los procedimientos, sino de la actuación de los actores y su interacción con las innovaciones que se generen y con los sistemas comunicacionales que se establezcan tanto al interior como en la vinculación con el entorno (Piñero; Carillo; García. 2007).

Las nuevas tecnologías donde las redes de información electrónica y la multimedia constituyen la punta del iceberg, nos mueven aceleradamente a lo que

se ha denominado la sociedad de la información y el conocimiento. Sin lugar a dudas, ya se vive una gran mutación social y tecnológica.

Sobre la base de concebir la información como uno de los más valiosos recursos de las instituciones, los Sistemas de Información pueden ser caracterizados como los encargados de entregar la información oportuna y precisa, con la presentación y el formato adecuados, a la persona que la necesita para tomar una decisión o realizar alguna operación y justo en el momento en que esta persona necesita disponer de dicha información (Gómez V.; Suárez R. 2007).

Los sistemas de información se encuentran conformados por tecnologías, sujetos y procesos y tiene como objetivo mostrar de qué manera estos tres componentes se relacionan pero además cómo se evidencia el rol de los docentes y alumnos en la construcción de este espacio de información y comunicación (Ottaviani. 2007).

En este contexto, para gerenciar sistemas de información se tiene que organizar, planificar, controlar y producir el recurso de la información, mientras que gestionar la información tiene que ver con la gestión interna y externa de la información en forma integral y de las tecnologías de la información, aplicadas a las áreas estratégicas y a los factores críticos de competitividad y pertinencia de una institución. Por lo tanto, los componentes de la Gestión de Información son: a) las tecnologías de la información: las cuales constituyen su columna vertebral y están formadas por el hardware de computadoras, software base y las telecomunicaciones; b) los sistemas de información: como el conjunto de metodologías y software de aplicaciones, orientados a la transformación de las tecnologías en algo de valor para un beneficiario o cliente; y c) la información o el conocimiento de la institución.

El desarrollo de la informática y la posibilidad de integración con las telecomunicaciones han producido todo un cambio en lo relativo al almacenamiento, recuperación, transmisión y uso de la información, soporte

universal del conocimiento. Bajo tales circunstancias, los medios y los procesos de comunicación acostumbrados, son cuestionados por el planteamiento teórico y práctico de la comunicación interactiva, instaurada a partir del uso de la telemática, cuestión que ha provocado que la computadora, concebida originalmente como máquina de cálculo, haya pasado a ser además, una máquina de comunicar, y que dentro de los procesos de comunicación, se implemente la interactividad como un proceso que favorece la construcción colectiva del conocimiento y la masividad del acceso y uso de la información (Mora, V.2009).

En los próximos años veremos consumarse la transición de una economía de capital a una economía de conocimientos. Estas tendencias que se operan, permiten aseverar que para una modernización del desarrollo, los países necesitaran consolidar modelos que se orienten a la gestión del recurso principal de competitividad de esa nueva era: la información y el conocimiento, pues se ha discutido en nuestros espacios universitarios que la virtualidad, economía y conocimiento son los vértices del cambio al nuevo siglo.

Somos de los que estamos plenamente identificados que las universidades se deben equiparar más con el alcance, repercusiones que genera la gestión de la información en el presente , no hay que olvidar, que la Universidad se presenta como una organización social, en la cual se forman individuos portadores de un conjunto de conocimientos que los califican para el ejercicio profesional y la vida en sociedad; se crean conocimientos mediante la investigación en diversas disciplinas científicas y se transfieren estos a la sociedad, utilizables para resolver problemas de desarrollo.

La Universidad se nos presenta como un sistema en el cual se adquieren, procesan, conservan, transmiten, crean y transfieren conocimientos, a través de una compleja estructura que hace posible la realización de las funciones básicas antes mencionadas que requieren contar con una buena gestión de la información.

Ante este panorama, y considerando que uno de los propósitos fundamentales de los sistemas educativos en este Siglo XXI, es encontrar los

medios que favorezcan su calidad, es pertinente repensar estrategias de redimensionamiento de la Universidad, con base en las potencialidades comunicativas a través de la telemática en general y de las redes globales de información, en particular; así como en el establecimiento de modelos de gerencia del conocimiento, que permitan conceptualizar a las instituciones de educación superior, como verdaderas industrias de la información y de la gestión del conocimiento.

Casa adentro y cuando se realizó la intervención<sup>1</sup> a la Universidad Estatal del Sur de Manabí UNESUM, por parte del Consejo de Educación Superior CES, se detectaron problemas administrativos, financieros y académicos en ésta, motivo por el cual la universidad se vio en la necesidad de realizar mejoras en la institución, reformando su estatuto, mejorando el nivel académico y relación de dependencia de sus docentes, entre otras estrategias aplicadas para mejorar; aunque fue y sigue siendo insuficiente.

La UNESUM al ser evaluada nuevamente por el CEAACES<sup>2</sup> se categorizó D, dejando una percepción de preocupación en la comunidad universitaria y sociedad por el riesgo de su desaparición como institución de Educación Superior, además por la deteriorada imagen que refleja en la sociedad después de su intervención. La UNESUM se vio obligada a presentar un Plan de Mejoras<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> El Pleno del Consejo de Educación Superior (CES), en su décima sesión extraordinaria, desarrollada el 19 de septiembre de 2013, designó a los miembros de la Comisión Interventora y de Fortalecimiento Institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM), misma que fue posesionada el lunes 23 de septiembre de 2013.

<sup>2</sup> La Disposición Transitoria Quinta de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), determina que: "... el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, en el plazo de dieciocho meses contados desde su instalación, realizará una depuración de sedes, extensiones, programas, paralelos y otras modalidades de similares características que mantengan las instituciones de Educación Superior fuera de su sede o domicilio principal. Para ello realizará previamente un estudio con el fin de establecer las que pueden continuar funcionando...." **Fuente especificada no válida..** Además según los lineamientos del Reglamento para el proceso de depuración de las sedes, extensiones, programas, paralelos, centros de apoyo, y otras modalidades de similares características de las Instituciones de Educación Superior, expedido por el CEAACES el 15 de octubre de 2012.

<sup>3</sup> De conformidad con el Art. 8 del Reglamento de Funcionamiento Ulterior de la Extensiones de las IES, que establece "Una vez que la IES presente el plan de mejoras de cada extensión al CEAACES, el pleno del Consejo emitirá su resolución de aprobación en el plazo máximo de 30 días, siempre y cuando el plan demuestre objetivamente la posibilidad de que la IES pueda



Entre las principales causas se identificó la falta de instrumentos jurídicos debidamente actualizados y acordes con la nueva realidad del marco legal ecuatoriano; anomalías, entre las cuales se mencionan: bajo nivel académico y alta precarización laboral de la planta docente; ineficiencia administrativa, 20% de sub ejecución en los últimos 4 años; cerca del 61% de recursos económicos destinados a gasto en personal administrativo; falta de planificación y oportunidad para la investigación y desarrollo científico; deficiente infraestructura física y tecnológica con grave afectación para espacios de oficinas, aulas, servicios básicos, accesos y demás obras y servicios universitarios; entre otras.

Además se detectó un equipamiento incompleto y obsoleto, sin tecnología actualizada, y lo que más ha generado inconvenientes es el libre albedrío derivado de la concentración de poder en el nivel de decisiones, sin el correcto asesoramiento para áreas financieras y técnicas, ha desembocado en toma de decisiones equivocadas con presuntas responsabilidades administrativas, civiles y penales.

El Honorable Consejo Universitario de la Universidad Estatal del Sur de Manabí ha resuelto reformar su Estatuto basado en la LOES (Ley Orgánica de Educación Superior), en el mismo se refleja cambios trascendentales, entre los más relevantes por ejemplo: propiciar la formación profesional, técnica y científica de sus estudiantes, profesores/as e investigadores/as, contribuyendo al logro de una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en concordancia con la Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento, además de la posibilidad de ofertar carreras que respondan a las necesidades sustanciales de la zona del Sur de Manabí y del país, dentro de una concepción integral del hombre, que estimule su crecimiento personal y colectivo y propicie una sociedad en permanente transformación.

Posteriormente se elaboraron el Plan de Excelencia, Plan de Fortalecimiento Institucional y el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional

---

*alcanzar efectivamente las condiciones que le habiliten para ubicarse en el grupo de desempeño denominado <<de las aprobadas>> ...."Fuente especificada no válida..*

(PEDI) que está siendo articulado a la LOES y Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, instrumentos que acompañan el proceso de intervención implementado por el Consejo de Educación Superior (CES).

Entre las metas substanciales, inscritas en el Plan de Fortalecimiento Institucional, basadas en los principios de excelencia, transparencia y gratuidad de la educación superior, están: regularizar el normal funcionamiento de la universidad, certificando el cumplimiento de las normativas, regularizando los procesos académicos, administrativos y financieros; implementar la carrera del docente e investigador; convertir a la universidad en generadora de conocimiento e innovación científica tecnológica; vinculación de la institución con la sociedad de la provincia y el país; coordinar la implementación de programas y políticas públicas en articulación con las entidades competentes, para mejorar la gestión institucional.

El Plan busca, adicionalmente, integrar a las y los estudiantes, pertenecientes a grupos históricamente excluidos, la oportunidad de incorporarse incluyentemente a carreras y programas académicos a nivel nacional e internacional que promuevan el desarrollo profesional y social de su comunidad. Las políticas de democratización en el acceso a la educación superior han logrado duplicar el ingreso al sistema educativo de indígenas y afroecuatorianos.

Antes de los procesos de evaluación por parte del CEAACES y de la intervención por parte del CES, la marca UNESUM en el ámbito de la educación superior, fue un referente ya que con apenas 12 años de creación de la UNESUM se posicionó como la primera en la provincia de entre 5 universidades. Partiendo de ello el cambio estructural interno incluyendo la imagen institucional es vital, porque el desarrollo y progreso de un pueblo reside en la educación.

Fue entonces muy oportuna y necesaria la intervención de la UNESUM de modo radical para que se renueve y asegure la calidad y excelencia académica de este importante centro de estudios superiores del Sur de Manabí.

Como se puede apreciar según lo descrito anteriormente, la situación actual de universidad Estatal del sur de Manabí UNESUM está viviendo una transformación muy importante debido a la intervención del CEAACES a las universidades del país, detectando que la problemática particular de cada campo de acción de la función de vinculación con la colectividad de la UNESUM es explicada por cada área y departamento, divisando la inexistencia de un Plan General de Vinculación con la Colectividad (Líneas, Programas, Proyectos), así como también el reglamento de vinculación con la colectividad desactualizado y sin aprobación generando una desarticulada presentación de proyectos de vinculación con la sociedad.

## **CAPÍTULO I**

### **1. MARCO TEÓRICO**

Hay varios exponentes y tratadistas sobre las teorías de la comunicación, entre los principales exponentes, se encuentra el alemán Wilburg Scramm, quien se enfoca en la teoría funcionalista. Afirmar que la comunicación no es una ciencia, sino una encrucijada de disciplinas como las matemáticas, filosofía y sociología.

Una de las corrientes que se refiere el autor es la del Funcionalismo, que lo caracteriza como un modelo de comunicación Lineal. Al respecto señala:

“Al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos”.

A la corriente funcionalista que es un principio de explicación de los elementos de la comunicación se le ha tachado de descriptiva, sólo analiza el fenómeno y la función pero no implica una actitud determinada frente al fenómeno social de la comunicación.

Esta teoría describe que el funcionalismo es el conjunto de necesidades que existen en las masas y que deben ser satisfechos a través de las instituciones, considerando que una institución tiene tres niveles: i) El modo de comunicación o medios estandariza los fenómenos sociales; ii) las condiciones de los modos de vida de la comunicación masiva; y, iii) La organización institucional analiza las funciones de todas aquellas operaciones repetidas dentro de una institución.

En la bibliografía consultada, se describe las características de la escuela funcionalista, estos son: estructura, método cuantitativo, resultados comprobados.

La segunda escuela llamada crítica y conocida como la universidad de Frankfurt, es privilegiada por el análisis que hace en el contexto social en el cual se desarrolla el acto de la comunicación. Ha sido muy influenciada por el pensamiento marxista ya que sus principales preguntas son: ¿por qué? ¿Quién controla la comunicación? ¿De dónde surge la comunicación? ¿En beneficio de qué quién y de qué?

El conocimiento sobre el liderazgo es el estudio que se hace bajo el nombre de la influencia personal, el cual consiste en relacionar la comunicación interpersonal hasta llegar a la comunicación masiva, en donde los medios de comunicación causan impacto en el nivel de persuasión en la sociedad. Aquí es preciso citar la teoría de dos pasos, que es una teoría de la comunicación que busca explicar cómo la información es transmitida a través de los medios de información y cómo el público reacciona a dicha información. El concepto fue planteado por primera vez por Paul Lazarsfeld y Elihu Katz (Matterlart, A. y Matterlart, M. 1997).

Para Al Ries y Jack Trout, que tratan sobre las 22 leyes de marketing en su libro sobre "Posicionamiento: la batalla por su mente", respecto a la teoría de posicionamiento señalan que: *"lo que se hace con la mente de los probables clientes; o sea, como se ubica el producto en la mente de éstos. El enfoque fundamental del posicionamiento no es crear algo nuevo y diferente, sino manipular lo que ya está en la mente; revincular las conexiones que ya existen"*.

## **2. REFERENCIAS CONCEPTUALES**

### **2.1 Administración Estratégica**

Es la elaboración de previa de objetivos los cuales serán alcanzados buscando los medios más apropiados que garanticen el cumplimiento de los mismos.

La planeación puede considerarse, en principio, como un proceso que pretende, en primer lugar, establecer un sistema de objetivos coherentes fijando sus prioridades; en segundo término,

determinar los medios apropiados para la consecución de dichos objetivos; con ello asegurará la efectiva ejecución de estos medios para alcanzar los objetivos señalados. El uso de un enfoque metodológico fue el que dio lugar a la aparición del término estrategia en el dominio de la planeación Según (Valdés, 2005, pág. 1).

La administración estratégica ofrece una forma disciplinada que permite a los gerentes comprender el ambiente en que opera su organización, y de ahí pasar a la acción. En términos generales, el proceso consta de dos fases:

La Planificación estratégica, es el nombre que solemos usar para la actividad que tiene sentido. Esto comprende tanto el proceso para establecer metas como aquel para formular estrategias, según los diferenciaron Hofer y Schendel Según (Finch, 2009, pág. 295).

La Planificación operativa que es el despliegue de los objetivos estratégicos en componentes de metas, indicadores, tiempos, proyectos, actividades, recursos y presupuestos; generalmente aplicables a todo tipo de institución.

## **2.2 Administración**

La administración es un conjunto de procesos organizados por medio de los cuales las organizaciones realizan sus actividades diarias con mayor control y cuidado llegando a la eficiencia en todos los ámbitos de acciones de la empresa.

“La administración como actividad humana, es el conjunto de actos que el hombre realiza dentro de un grupo conscientemente constituido para alcanzar, con mayor eficiencia, un objetivo común, que individualmente no se podría lograr. La administración es, pues, una actividad humana, una actividad realizada por hombres” Según (Sánchez J. , 2001, pág. 119).

“La etimología nos da pues de la Administración, la idea de que esta se refiere a una función que se desarrolla bajo el mando de otro; de un servicio que

se presta. Servicio y subordinación, son pues los elementos principales obtenidos”  
Según (Reyes, 2004, pág. 16).

### **2.3 Lineamientos estratégicos**

Son instrumentos por medio de los cuales se obtiene una guía práctica y segura para saber qué decisiones tomar con respecto a algún tema o situación que se va a realizar.

Los Lineamientos permanentes, semipermanentes y temporales son los principios en donde se establecen los principales fundamentos de la estrategia de una empresa; dependiendo de la actividad que realizará. Estos lineamiento requieren de una evaluación y cambios según cómo va respondiendo el entorno, se clasifican por periodos de tiempo, validez o periodos. Los lineamientos estratégicos son aquellos que ayudan a desarrollar las ideas de dónde queremos llegar, qué somos, cuál es nuestro fin y el compromiso que tiene la empresa con el producto o servicio que ofrecerá, basando esto en fines, misión, visión, valores, políticas, objetivos, metas y estrategias lo que dará paso a lo llamado “pensamientos estratégicos. Según (Lunduviris, 2012).

La planificación es un proceso en el cual se definen de manera sistemática los lineamientos estratégicos o líneas maestras, de la empresa u organización, y se los desarrolla en guías detalladas para la acción, se asignan recursos y se plasman en documentos llamados planes. La planificación proyectiva constituye la forma primitiva de planificación utilizada en las empresas y los organismos públicos. Esta modalidad de planificación no anticipa la presencia de obstáculos ni de escollos inesperados: supone que de una situación inicial es posible pasar a la situación-objetivo mediante una serie de acciones determinadas técnicamente. Según (FRANCES, 2006)

## **2.4 Gestión universitaria**

La gestión y gobierno universitarios son problemas que revisten la mayor importancia. El insuficiente presupuesto universitario, el acelerado crecimiento de la demanda por educación superior, el aumento del costo de la misma, los cambios vocacionales y los avances científicos y tecnológicos, hacen necesaria la reforma de la gestión universitaria y una nueva distribución de poder en los órganos de gobierno. (Casalino , 2004)

Aunque el concepto "gestión" nos trae a la cabeza trabajo administrativo, lo cierto es que la gestión universitaria incluye áreas tan diferentes y complejas como la ordenación académica, el control medioambiental, la investigación y la calidad.

Las universidades mantienen órganos u oficinas específicas para tratar cada una de estas parcelas. La capacidad de autogobierno de las universidades posibilita que puedan desarrollar una estructura de gestión que se adecue a sus necesidades y que incida en los puntos más relevantes en un momento determinado para cada institución. (Universia, 2014)

## **2.5 Desempeño Organizacional**

En nuestros días se está dando una verdadera revolución en las corrientes del management en las organizaciones, teniendo especial relevancia los nuevos retos y enfoques de ésta disciplina en el desempeño organizacional. En efecto existen en la actualidad a partir del management diferentes interpretaciones de causalidad del desempeño organizacional que pueden complementarse entre sí para obtener una visión más integral. (Ramirez, 2004)

Diferentes autores y modelos coinciden en identificar nueve áreas clave para el análisis y mejora del desempeño organizacional: Contexto competitivo (sociedad, mercado, industria o ramo), Marketing y modelo de negocio, Tecnología e innovación, Calidad de servicio, Finanzas, Producción, Sistemas de Información, Competencias, centrales, Recursos Humanos. El desempeño o performance organizacional es la resultante no sólo de la performance en cada una



de las nueve áreas vitales, sino de la forma en que las mismas se relacionan. (Bernardez, 2007)

## **2.6 Gerencia Estratégica**

Esa gerencia estratégica tiene, entre otras funciones, la de diseñar el plan estratégico de gestión de gobierno, para establecer la direccionalidad de la gestión gubernamental. En síntesis, la gran función de la gerencia estratégica es conducir el diseño del plan de gestión y su proceso de ejecución, a través del sistema de seguimiento, evaluación y control, y la petición y rendición de cuentas, entre otros sistemas. (Zambrano, 2006)

Como ya lo hemos mencionado antes, existe una gran diferencia entre Gerencia estratégica y Gestión estratégica y por esto nos gustaría definir un poco más ambos conceptos para visualizar mejor las diferencias. Hasta ahora la mayoría de los autores han hablado de Gerencia Estratégica, sin embargo algunas personas nos sentimos disidentes de este nombre y no hemos querido usar el nombre de Gerencia estratégica sino el de gestión estratégica, por una sencilla razón, la gerencia es un proceso estructural, es un proceso administrativo, en cambio la gestión es un proceso más amplio, humano, la gestión incluye la gerencia, pero la gestión también tiene que ver con liderazgo. (Betancourt, 2006)

## **2.7 Liderazgo estratégico**

Es muy interesante el hallazgo de Blanchard y Zigarmi de que, si bien el liderazgo estratégico es un componente crítico para establecer el tono y la orientación, sólo tiene un impacto indirecto sobre la vitalidad organizacional. (Blanchard, 2007)

Entendemos por liderazgo estratégico, la capacidad de tener una visión para anticipar posibles escenarios, tanto en el interior de la organización como en el espacio donde se moverán las organizaciones o grupos y, asimismo, la habilidad de tener la suficiente flexibilidad para otorgar poder y responsabilidad a otras personas para encaminar los esfuerzos de la organización hacia un cambio o cambios de carácter estratégico, sobre todo cuando éste o éstos sean ineludibles,

es decir, se conviertan en acciones imprescindibles para garantizar la supervivencia de la organización. (Aguera, 2004)

## **2.8 Planificación estratégica**

En resumen, ningún director está cumpliendo por completo sus responsabilidades al descuidar la planificación estratégica, ya que ésta es una función de responsabilidad de todo directivo, a todos los niveles dentro de una organización. (París, 1996)

En la planificación estratégica se ha subsumido el trabajo que se hacía antes desde varios departamentos, principalmente desde el de cuentas, el de medios y desde el de investigación, porque sí, hubo un tiempo en que las agencias contaban con departamentos de investigación y los financiaban o, cuando menos, pagaban a institutos de investigación para que llevaran a cabo trabajos específicos para clientes específicos. (Cuesta, 2012)

## **2.9 Gobierno Institucional**

El gobierno institucional puede ser problemático si alguno de los órganos de gobierno tiene un predominio excesivo sobre los demás. En cambio, debe existir un equilibrio de poderes entre las distintas autoridades. (Ministerio de Educación, 2009)

El gobierno institucional puede sufrir entonces la paradoja de una alta legitimidad interna y con una poca eficacia en su función de innovación y adaptación, lo cual puede conducir a la pérdida paulatina de su pertinencia institucional y del correspondiente apoyo social y político. (Gómez, 2004)

## **2.10 Gobernabilidad institucional**

La gobernabilidad se refiere a dos conceptos la primera, surgida de los informes de Banco Mundial, la define como un estilo de gobierno caracterizado por un mayor grado de cooperación e interacción entre el Estado y actores no estatales en el interior de redes de decisiones mixtas públicas y privadas. La segunda se define como un conjunto de modalidades de coordinación de las acciones individuales, entendidas como fuentes primarias de construcción del orden social; es probable que sea derivada del campo de la economía de costos y

transacciones. Por extensión, gobernabilidad es definida como cualquier forma de coordinación social. (wikipedia.org, 2014).

El tema de gobernabilidad ha adquirido una importante connotación socioeconómica. De esta manera, el concepto tiende a examinar los factores políticos, a la luz de la capacidad para producir resultados económicos que aseguren el crecimiento y la superación de la marginación y de la pobreza. Así, un primer grupo de definiciones, son las institucionalistas, ya aludidas, de corte democrático liberal, las cuales acercan a la gobernabilidad la variable de estabilidad. Un ejemplo es la tesis de Ersson y Lane, quienes visualizan seis dimensiones de la estabilidad política, como a) ausencia de déficit del sector público, b) ausencia de inflación, c) ausencia de volatilidad, d) estabilidad gubernamental en las reglas del juego, e) control de la violencia e inseguridad, y finalmente, e) la disminución de las protestas civiles. (Barberán, 2011)

## **2.11 Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's)**

La economía digital, entendida como el ámbito en el que se enmarcan las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), se define como un nuevo sistema económico y socio-político caracterizado por constituir un espacio inteligente que se construye en base a la información, los instrumentos de acceso y procesamiento de la misma, así como de las capacidades de comunicación. (García E. , 2007)

## **2.12 Comunicación digital**

La comunicación digital es aquella que utiliza los medios electrónicos para lograr la misma es decir por medio de un ordenador vía online o por internet utilizando redes sociales por ejemplo como facebook, Google+, Pinterest, etc.

En el contexto de la comunicación digital, el concepto de producto que tradicionalmente asociamos a un libro, un programa de televisión o un LP se desdibuja. Eso no quiere decir que este tipo de productos desaparecen, si no que la digitalización permite definirlos e interconectarlos de tal manera que nos obligan a replantear los conceptos que utilizamos. Hasta ahora estamos acostumbrados a que los productos comunicativos que consumíamos nos llegaban tal como

eran emitidos o grabados por los productores. Pero en la era digital las posibilidades de la interactividad, la gestión de contenidos y los sistemas multi soporte nos obligan a distinguir entre dos productos diferentes en cada producto Según (Alberich, 2005, pág. 190).

“Se considera comunicación digital a la técnica que permite el intercambio de información digital entre dos o más sistemas generalmente basados en microprocesadores” Según (Balcells, 1997, pág. 14).

### **2.13 Dimensión de la comunicación**

La dimensión de la comunicación se trata de la capacidad de esta, de cuál es el espacio que puede abarcar, de hasta dónde puede llegar la información y de cómo es recibida la misma es decir si esta es clara y apropiada, ya que no estaría bien que se extendiera en gran espacio pero que esta llegue tergiversada al receptor.

Frank Dance que dio un paso esencial en la aclaración de este concepto escurridizo ha esbozado tres puntos de diferenciación conceptual crítica que forman las dimensiones básicas de la comunicación.

La primera dimensión es el nivel de observación o abstracción. Algunas definiciones, nos dice, son amplias e inclusivas; otras son restrictivas.

Por ejemplo, la definición de comunicación como el proceso que conecta partes discontinuas del mundo vivo es sin duda una definición general. En cambio la comunicación como un sistema (como los teléfonos o telégrafos) para comunicar innovación y ordenes (como un servicio naval) es una definición restrictiva.

La segunda dimensión es la intencionalidad. Algunas definiciones solo incluyen el propósito de enviar y recibir el mensaje y otras no conlleva o impone esta limitación. El siguiente es un ejemplo de una definición que incluye intención: Aquellas situaciones en las cuales una fuente transmite un mensaje a un receptor con la

intención consiente de afectar la conducta posterior. En cambio una definición que no conlleva ninguna intención es la que sigue: Es un proceso que hace comunes a dos o más lo que fue el monopolio de uno o algunos.

La tercera dimensión que Frank Dance utiliza para distinguir entre las definiciones de comunicación es la sentencia normativa, algunas definiciones incluyen un proceso de éxito, eficacia o exactitud; otras definiciones no contienen este tipo de sentencias implícitas. Por ejemplo, la siguiente definición presume que la comunicación es satisfactoria: <<La comunicación es el intercambio verbal de un pensamiento o idea>>. Es decir, la hipótesis en esta definición es que un pensamiento o una idea han sido intercambiados con éxito, otra definición, por otra parte, no juzga si el resultado es exitoso o no; <<La comunicación es la transmisión de información>>. Aquí se transmite la información pero no necesariamente recibida o entendida Según (Viladot, 2008, págs. 15-16).

## **2.14 Comunicación corporativa**

Es la comunicación relacionada con el área empresarial o industrial y se encarga de impulsar la imagen de la empresa en los mercados, para lograr alcanzar una buena relación con los clientes de la empresa.

El concepto de comunicación corporativa surge de las Ciencias de la comunicación, y es la aplicación al ámbito empresarial de los planteamientos tradicionales desarrollados a través del conocimiento de los medios de comunicación de masas y sus efectos, así como de la nuevas corrientes investigadoras cuya génesis hay que buscarlas en cinco ciencias: Sociológicas, Lingüística, Psicológica, Semiótica, y teoría de la información Según (Rodríguez, 1999, pág. 82).

“La comunicación corporativa (comunicación institucional o relaciones públicas), es aquella que se dedica a crear, promover y mantener la imagen de la empresa o institución, así como de establecer relaciones amistosas y de

cooperación entre la organización y sus públicos internos y externos y especiales” Según (Rebeil & Ruiz, 1998, pág. 168).

### **2.15 Canales de comunicación**

Los canales de comunicación son los medios o caminos por los cuales fluye la comunicación, por medio de estos se transmite el mensaje el cual llega al receptor en corto tiempo y con claridad.

“Canal de comunicación. Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información que pretenden intercambiar emisor y receptor.

Es frecuente referenciarlo también como canal de datos” Según (EcuRred, 2013).

“Un canal de comunicaciones es el medio físico utilizado para transportar información entre dos extremos. Este medio físico puede ser cableado, inalámbrico (es decir, por medio del espectro radioeléctrico), o una combinación de ambos” Según (Wikitel, 2013).

### **2.16 Redes sociales**

Las redes sociales son medios online por los cuales se relacionan millones de personas no solo en el país sino a nivel mundial, en el ámbito económico social y hasta familiar en tiempo real e inmediato.

Si partimos del concepto genérico de red, podemos decir que se trata de un tipo específico de relaciones que una a un grupo de personas, objetos o acontecimientos.

La red está asociada con la persona que mantiene relaciones, y, por lo tanto, es una formación social que existe solo cuando la persona conoce y usa la red.

En el contexto emprendedor, estas relaciones abarcan procesos sociales que giran alrededor de una actividad comercial.

Concretamente, en estos casos, la red social se define como el conjunto de relaciones directas e indirectas que el emprendedor mantiene con distintas personas de su entorno socio- económico y familiar. Así pues, los intercambios del emprendedor con las personas que integran a su red poseen a la vez una dimensión social y de negocios, y únicamente con estas dos dimensiones puede entenderse su funcionamiento Según (Urbano & Toledano, 2008, pág. 159)

“Las redes sociales son Web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentran dentro de su propia red, en la cual pueden intercambiar fotos, videos, mensaje instantáneos, comentarios en fotos” Según (Fernández B. , 2010, pág. 7).

## **2.17 Página web**

Una página web es un documento por el cual un organismo o institución puede ofertar o promocionar, publicar noticias o hasta incluso vender sus productos, está conformada por diferentes partes o contenidos que pueden consultarse a través de internet por medio de links.

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.

Página web Las páginas web están desarrolladas con lenguajes de marcado como el HTML, que pueden ser interpretados por los navegadores. De esta forma, las páginas pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas.

Entre las múltiples características que tiene una página web y que sirven para identificarla se encuentran las siguientes: cuenta con información textual y también con material de tipo audiovisual, está dotada de un diseño atractivo, está optimizada y ejerce como la tarjeta

de presentación de una empresa, una persona o un profesional concreto. Según (Definicion, 2014).

Empezando por su definición, consideramos una página web a un documento disponible en Internet, o World Wide Web (www), codificado según sus estándares y con un lenguaje específico conocido como HTML. Es algo a lo que estamos acostumbrados a acceder si leemos este artículo pero no todos conocen realmente su funcionamiento.

A estos sitios se puede llegar a través de los navegadores de Internet, que reciben la información del documento interpretando su código y entregando al usuario la información de manera visual. Estos suelen ofrecer textos, imágenes y enlaces a otros sitios, así como animaciones, sonidos u otros. Según (Tendencias, 2014).

### **2.18 Blog corporativo**

Un blog corporativo se relaciona con entrelazar las relaciones entre la empresa y los clientes, por medio de este se puede satisfacer las necesidades de los mismos logrando por medio de este contribuir económicamente con la empresa.

Un blog corporativo en las relaciones con clientes externos con enfoque de ventas/marketing son ideales en comercialización, en proceso de lanzamiento de nuevos productos o servicios. Ayudan a convertir al cliente potencial en un usuario más y, por tanto, contribuyen a acelerar el proceso de compra.

Con enfoque relacional, su objetivo se centra en estrechar sus relaciones con la audiencia clave, al aportar a la empresa una personalidad más cercana y enfocada a atender las necesidades de los clientes. Ejemplo: El blog de Alberto Knapp, el CEO de The Cocktail.



Blogs en los que la participación de los clientes es muy significativa, debido a su elevada satisfacción que les conduce a convertirse voluntariamente en prescriptores de una marca. Ejemplo: el blog de Ikea, como analizamos en un post anterior Según (Primerospasos, 2012).

“Un blog es un diario personal o empresarial que incluye información acerca de un tema que dependerá del objetivo de la información publicada. El blog aporta la comunicación y diálogo con los usuarios.” Según (Pérez, 2008).

## **2.19 Posicionamiento.**

El posicionamiento es el lugar mental que ocupa la concepción del producto y su imagen cuando se compara con el resto de los productos o marcas competidores, además indica lo que los consumidores piensan sobre las marcas y productos que existen en el mercado.

El posicionamiento se utiliza para diferenciar el producto y asociarlo con los atributos deseados por el consumidor. Para ello se requiere tener una idea realista sobre lo que opinan los clientes de lo que ofrece la compañía y también saber lo que se quiere que los clientes meta piensen de nuestra mezcla de marketing y de la de los competidores. Para llegar a esto se requiere de investigaciones formales de marketing, para después graficar los datos que resultaron y obtener un panorama más visual de lo que piensan los consumidores de los productos de la competencia. Por lo general la posición de los productos depende de los atributos que son más importantes para el consumidor meta. Los mapas perceptuales y tienen que ver con el "espacio del producto", que representan las percepciones de los consumidores sobre varias marcas del mismo producto.

Identificar el mejor atributo de nuestro producto, conocer la posición de los competidores en función a ese atributo, decidir nuestra estrategia en función de las ventajas competitivas, comunicar el posicionamiento al mercado a través de la publicidad.

Hay que tomar en cuenta que el posicionamiento exige que todos los aspectos tangibles de producto, plaza, precio y promoción apoyen la estrategia de posicionamiento que se escoja Según (Deimon, 2013)

Se puede definir los tipos de posicionamiento como las formas en que se puede posicionar un producto, empresa, organización etc. En el mercado o en la mente de los consumidores, siendo estas por ejemplo el precio, los atributos del producto, la marca etc.

Actualmente podemos distinguir cuatro conceptos de posicionamiento, que deben ser entendidos y aplicados por las empresas que se dedican a la comercialización de sus productos y servicios, o una determinada marca en particular. Son posicionamiento empresarial, posicionamiento específico, posicionamiento de valor y posicionamiento global Según (Editorial Vertice, 2008, pág. 123).

Cada compañía puede optar por diferentes maneras de ganar un hueco en la mente del consumidor. No existe un único atributo por el que una compañía puede diferenciarse sino que es una estrategia de posicionamiento puede concretarse en diferentes elementos. Los tipos de posicionamiento que vienen destacando distintos autores entre ellos Gabriel Otamendi son:

Posicionamiento entre la adecuada relación entre la calidad y el precio, posicionamiento con respecto al uso, posicionamiento orientado al usuario, posicionamiento por estilo de vida, posicionamiento por beneficio, posicionamiento con relación a la competencia y posicionamiento de líder Según (Niembro, 2010).

## **2.20 Posicionamiento por beneficios.**

Posicionamiento por beneficio es cuando un producto o marca se posiciona en la mente del consumidor por los beneficios que este producto o marca ofrece a sus clientes llegando a ser el preferido al momento de escoger el producto para comprarlo, siendo este por obvias razones el escogido.

“El producto se posiciona como líder en lo que corresponde a cierto beneficio que las demás no dan. Durante mucho tiempo los coches Volvo en cuanto a la seguridad pero también podemos mencionar a Bancaja por su compromiso con el cliente o a Caja Navarra por su Banca Cívica.” Según (Niembro, 2010, pág. 96).

“Posicionamiento por beneficios buscados: este posicionamiento consiste en averiguar los beneficios buscados por los consumidores en el producto o servicio, e identificarse con el mismo como la mejor forma de conseguir dicho beneficio.” Según (Fajardo, 2008).

## **2.21 Métodos de posicionamiento**

Son las formas o caminos que se utilizan para lograr un posicionamiento efectivo en el mercado y en la mente de nuestros consumidores con nuestros productos o marcas.

## **2.22 Posicionamiento estratégico**

En esta fase, la dirección decide con los resultados obtenidos en el Posicionamiento Analítico, unos atributos y unos objetivos a poner en marcha, una estrategia de mensaje, una estrategia de medios y un plan de acciones tácticas a ejecutar para poner en marcha dicho Posicionamiento.

Este proceso, por tanto, comienza con un imago grama o representación visual de la verdadera imagen a transmitir o ideal al que queremos llegar tras la anterior etapa. Una vez representado, se decide el mensaje, los medios y los soportes en los que debemos poner en marcha la comunicación, sabiendo que dicha comunicación es en parte controlada y en parte no lo es porque se produce a través de medios que influyen en el resultado de la misma. Por último, se definen las acciones concretas que se van a realizar para obtener dichos resultados.

Control del posicionamiento

Una vez realizado este proceso, es necesario que midamos la eficacia de nuestra comunicación a través del análisis nuevamente de nuestra identidad e imagen percibida. Si es coincidente con nuestros objetivos, nos mantendremos vigilantes y realizaremos trabajo de mantenimiento del posicionamiento. Si no es coherente con lo planificado, se tomarán las medidas pertinentes para llegar al objetivo fijado.

Por tanto, la estrategia de posicionamiento es algo vivo, que siempre debe estar presente en la agenda de los directores, y que no es estático, ya que la competencia y las percepciones de los consumidores cambian de forma constante, por lo que el trabajo de posicionamiento ha de ser continuo según (Fbusiness, 2008).

### **2.23 Posicionamiento mediante planificación**

Este tipo de posicionamiento es el que estudia las características y atributos más importantes de los productos y los clasifica por igualdad de características este proceso se denomina planificación y es utilizada para lograr posicionar los productos en el mercado en base a las necesidades de este y se lanza el producto de acuerdo a lo que el mercado requiere en su momento.

El posicionamiento físico del producto contempla las características tangibles del mismo. Por ejemplo, en un coche su cilindrada, su potencia, el número de plazas o el tipo de tracción, son características que existen realmente en el producto. Sin embargo, por muchas mejoras que se realicen en un producto, éstas tendrán menor valor si el consumidor no las conoce; para que las mejoras o ventajas de un producto puedan posicionarse en la mente del público objetivo deben ser comunicadas adecuadamente.

Lo ideal es que ambos posicionamientos constituyan un ciclo sincronizado porque si mejoramos mucho un producto pero no lo comunicamos, el cliente no lo sabe y tendrá un efecto escaso o nulo sobre nuestra oferta. Y de la misma manera si dejamos el producto sin mejoras pero comunicamos muy bien sus ventajas alcanzando un buen

posicionamiento percibido pero cuando se consume, la experiencia de uso difiere ampliamente con lo que inicialmente habíamos percibido de este producto en cuestión, se sufrirá una decepción que posicionará el producto y su marca asociada, en un punto mental de decepción.

Por lo tanto, lo ideal es que ambos posicionamientos vayan creciendo conjuntamente realimentando el uno al otro. Poco útil es tener un producto maravilloso y que nadie lo sepa y menos útil aún es que todo el mundo crea que nuestro producto sea una maravilla hasta el momento en que lo prueba si le resulta una decepción. Planificar y definir una estrategia de posicionamiento para nuestros productos es una tarea importante que contribuye al crecimiento del producto y la marca. Impacta de manera relevante en la reputación Corporativa y de Marca Según (Rulsotos, 2013).

## **2.24 Estrategias de posicionamiento**

Es la planificación estudiada y documentada de todo lo que se va a hacer y a aplicar para lograr obtener un posicionamiento efectivo en el mercado de la marca o producto de la empresa.

Posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor. La estrategia de posicionamiento consiste en definir la imagen que se quiere conferir a nuestra Empresa o a nuestras marcas, de manera que nuestro público objetivo comprenda y aprecie la diferencia competitiva de nuestra Empresa o de nuestras marcas sobre la Empresa o marcas competidoras.

-Posicionar el producto de manera que tenga las características más deseadas por el target.

-Adelantarse al consumidor y desarrollar estrategias que permitan influir o formar la posición de un producto concreto, en su mente.

-Para posicionarse en la mente del consumidor es necesario saber cómo lo está nuestra competencia.

-Una vez que la Empresa ha decidido la estrategia de posicionamiento, tiene que desarrollar las diversas estrategias de Marketing.

-La función de la publicidad ya no es de exponer las características o novedades de un producto, sino que su éxito radica en cómo posiciona el producto en la mente del consumidor.

No vale bombardear con: “soy el mejor, el más grande, la mejor opción,...” en sus mensajes. Pues existen miles de productos que compiten a la hora de ser elegidos por el cliente. Y el consumidor no puede prestar atención a todos. La mente humana solo puede gestionar siete marcas por categoría Según (Uproimni, 2012).

### **3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

En la Constitución de la República del Ecuador se señala:

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

Art. 28.- La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones.

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada.

La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive.

Art. 29.- El Estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural.

Las madres y padres o sus representantes tendrán la libertad de escoger para sus hijas e hijos una educación acorde con sus principios, creencias y opciones pedagógicas.

Art. 353.- El sistema de educación superior se regirá por:

1. Un organismo público de planificación, regulación y coordinación interna del sistema y de la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva.

2. Un organismo público técnico de acreditación y aseguramiento de la calidad de instituciones, carreras y programas, que no podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación.

En lo referente a comunicación social, la carta magna expresa:

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política

pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana. Según (Constitución del Ecuador, 2008).

En esta misma línea de normativa y legislación, la Ley Orgánica De Educación Superior considera:

Art. 151.- Evaluación periódica integral.- Los profesores se someterán a una evaluación periódica integral según lo establecido en la presente Ley y el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior y las normas estatutarias de cada institución del Sistema de Educación Superior, en ejercicio de su autonomía responsable. Se observará entre los parámetros de evaluación la que realicen los estudiantes a sus docentes.

En función de la evaluación, los profesores podrán ser removidos observando el debido proceso y el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior.

El Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior establecerá los estímulos académicos y económicos correspondientes.

Art. 160.- Fines de las Universidades y Escuelas Politécnicas.- Corresponde a las universidades y escuelas politécnicas producir propuestas y planteamientos para buscar la solución de los problemas del país; propiciar el diálogo entre las culturas nacionales y de éstas con la cultura universal; la difusión y el fortalecimiento de sus valores en la sociedad ecuatoriana; la formación profesional, técnica y científica de sus estudiantes, profesores o profesoras e investigadores o investigadoras, contribuyendo al logro de una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en colaboración con los organismos del Estado y la sociedad.

Art. 161.- Prohibición de lucro.- Las instituciones del sistema de educación superior no tendrán fines de lucro según lo prevé la Constitución de la



República del Ecuador; dicho carácter será garantizado y asegurado por el Consejo de Educación Superior.

Por otra parte, el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, en la sección segunda dispone:

Art. 173.- Evaluación Interna, Externa, Acreditación, Categorización y Aseguramiento de la Calidad.- El Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior normará la autoevaluación institucional, y ejecutará los procesos de evaluación externa, acreditación, clasificación académica y el aseguramiento de la calidad.

Las universidades, escuelas politécnicas, (...) del país, tanto públicos como particulares, sus carreras y programas, deberán someterse en forma obligatoria a la evaluación interna y externa, a la acreditación, a la clasificación académica y al aseguramiento de la calidad.

Sobre las Sanciones expresa:

Art. 204.- Sanciones a Instituciones del Sistema de Educación Superior.- El incumplimiento de las disposiciones consagradas en la presente Ley por parte de las instituciones de educación superior, y cuando no constituyan causales para la intervención de la institución, dará lugar, previo el proceso administrativo correspondiente, a la imposición de las siguientes sanciones por parte del Consejo de Educación Superior:

a) Amonestación, sanción económica o suspensión de hasta 60 días sin remuneración, a las autoridades de las instituciones que violen o atenten contra los derechos y disposiciones establecidos en la Ley, su reglamento y más normativa que rige al Sistema de Educación Superior;

b) Sanción económica a las instituciones que violen o atenten contra los derechos de la Ley, su reglamento y más normativa que rige al Sistema de Educación Superior; y,

c) Las demás que disponga el Consejo de Educación Superior. Según (LOES, 2010).

El Reglamento de Tipología de Universidades dispone la siguiente clasificación:

1) Universidades de docencia e investigación, que son aquellas que tienen líneas claras de investigación articuladas al Plan de desarrollo nacional y a sus programas de docencia de pregrado y posgrado. Son por tanto universidades que buscan no solo transmitir conocimiento sino, fundamentalmente, producirlo. La ley obliga a que el setenta por ciento de sus profesores tengan título de doctor, PhD o su equivalente y a ella deben acudir quienes tengan vocación por la investigación y quieran ir más allá del ejercicio profesional.

2) Universidades orientadas a la docencia, que son las que tienen como objetivo la formación científica, técnica y humanística de profesionales capaces de impulsar el desarrollo económico y social del país. En ellas el cuarenta por ciento de sus profesores deben tener título de doctor, PhD o su equivalente y contar con líneas de investigación de nivel formativo de acuerdo a las necesidades nacionales. A estas universidades deben acudir quienes buscan prepararse para el ejercicio responsable de una profesión y, por lo tanto, tengan una vocación clara de servicio directo a la comunidad.

3) Universidades de educación continua, son las que priorizan la formación y actualización profesional técnica, humanística y científica en áreas que no comprometan de modo directo la vida humana. Por lo menos el sesenta por ciento de sus profesores e investigadores deben ser titulares.

No está dicho claramente, pero se entiende que en estas universidades no tendrán cabida las carreras vinculadas con las ciencias médicas, por ejemplo y las que se ofrezcan deberán estar vinculadas con las necesidades del país y de su región de influencia.

Por otro lado, las nuevas ofertas de programas de posgrado que pueden hacer las universidades ubicadas en la categoría A y de posgrado; las nuevas carreras de tercer nivel, maestrías académicas, maestrías profesionalizantes y especializaciones, que pueden proponer las universidades de categoría A y B; las

nuevas carreras de tercer nivel, maestrías profesionalizantes y especializaciones "con excepción de carreras y programas de interés público que comprometan de modelo directo la vida, la salud y la seguridad de la ciudadanía", que pueden ofrecer las universidades de categoría C; las nuevas carreras de tercer nivel y especializaciones con las mismas excepciones que para la categoría anterior, de la universidades de categoría D, deben ser aprobadas por el Consejo de Educación Superior.

Quizás este párrafo, que pretende presentar lo nuevo en el mismo lenguaje usado en los documentos oficiales, a primera lectura puede parecer agobiante, pero lo importante es descubrir las diferencias entre un tipo de universidad y otra para poder elegir de acuerdo a la vocación y a los intereses académicos, científicos y técnicos de quienes pretendan ingresar a la educación superior.

Es posible que todas las universidades no estén listas y que unas necesiten más tiempo que otras para realizar los cambios que la nueva legislación demanda, por eso es necesario que una evaluación clara, bien hecha y transparente permita aplicar la exigencia en los plazos adecuados que deben, eso sí, tener un límite. (eluniverso, 2014)

El Reglamento de Régimen Académico, en el título I, referido al Ámbito y Objetivos, dispone:

Art. 1.- Ámbito.- El presente reglamento regula y orienta el quehacer académico de las instituciones de educación superior en sus diversos niveles de formación, incluyendo sus modalidades de aprendizaje y organización, en el marco de lo dispuesto por la Ley Orgánica de Educación Superior.

Art. 2.- Objetivos.- Los objetivos del régimen académico son:

a.- Garantizar una formación de alta calidad que propenda a la excelencia y pertinencia del sistema de educación superior, articulado con las necesidades de la transformación para alcanzar el Buen Vivir, así como a los procesos de participación social.

b.- Regular la formación en los niveles técnico o tecnológico superior y sus equivalentes, tercer nivel o grado y cuarto nivel o posgrado, en las diversas modalidades de aprendizaje.

c.- Promover la diversidad y la flexibilidad de los itinerarios académicos, entendiendo a éstos como la secuencia de niveles y contenidos en el aprendizaje y la investigación.

d.- Articular la formación académica y profesional con la innovación, la investigación científica, tecnológica y social; y, la vinculación con la colectividad, en un marco de calidad y pertinencia.

e.- Favorecer la movilidad nacional e internacional de profesores, investigadores, profesionales y estudiantes.

f.- Contribuir a la formación del talento humano en el marco del respeto a las diferencias culturales, la interculturalidad, igualdad de género y demás derechos.

Cumpliendo con la legislación citada anteriormente, la UNESUM desarrolló un Plan de Mejoras que sustancialmente establece lo siguiente:

**Objetivos institucionales:**

- Ofertar carreras que respondan a las necesidades sustanciales de la zona Sur de Manabí y del País, dentro de una concepción integral del hombre, que estimule su crecimiento personal y colectivo y propicie una sociedad en permanente transformación.
- Formar profesionales de excelencia y con capacidad de autogestión, seguros de su identidad cultural, con pleno conocimiento de su realidad y dotados de una conciencia crítica, humanista y empresarial.
- Participar en el estudio y generar soluciones de los problemas económicos, sociales y culturales del Ecuador.
- Establecer relaciones culturales con otras Universidades y Centros de Estudios Nacionales y Extranjeros, para propiciar el intercambio de conocimientos docentes, de estudiantes y trabajadores.
- Generar programas de perfeccionamiento en todos los sectores económicos y sociales; propiciar la investigación científica, auspiciar

estudios tecnológicos y mecanismos de difusión social; que contribuyen al mejoramiento de la sociedad en su conjunto.

- Crear, reformar, abrir extensiones o suspender carreras o especialidades universitarias en concordancia con las necesidades del país y los requerimientos de su desarrollo integral.
- Elevar los niveles de competitividad, generando un mejoramiento en la estructuración y funcionalidad de las áreas académicas, administrativas y financieras.
- Establecer la educación superior de cuarto nivel de posgrado, previa autorización del CONESUP para la formación de especialistas científicos y técnicos, que avizoren y promuevan los cambios que se requieren para la transformación dinámica de la sociedad.

Otro de los instrumentos en los cuales se apoya la UNESUM para cumplir con la normativa y los parámetros exigidos por los organismos de control de la Educación Superior, es el ESTATUTO, en el cual se establecen los siguientes mandatos:

Art.7.- La Universidad Estatal del Sur de Manabí tiene como misión la formación de profesionales en los niveles de grado y postgrado, altamente calificados y preparados para aportar a la solución de los problemas de la región, capaces de promover, generar y difundir el conocimiento en apoyo de un desarrollo tecnológico que les permita coadyuvar con la comunidad local, regional y nacional, con competencias adecuadas para impulsar los cambios y brindar el servicio que posibilite un desarrollo humano integral.

Art.8.- La Universidad Estatal del Sur de Manabí constituye una Institución de Educación Superior que se propone alcanzar un liderazgo educativo a nivel regional y nacional, forjando una nueva visión de la educación superior, integrándose a la sociedad para plantear opciones de trabajo con calidad, que contribuya a la definición y tratamiento de los problemas que afectan el derecho al buen vivir con respeto a la diversidad y mediante la convivencia armónica con la naturaleza.

Art.9.- La Universidad Estatal del Sur de Manabí desarrolla su actividad en base a los siguientes fines:

a) Producir propuestas y planteamiento para buscar la solución de los problemas regionales y del país en correspondencia con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir; ok

b) Promover el diálogo entre las culturas nacionales y de éstas con la cultura universal;

c) Propiciar la difusión y el fortalecimiento de los valores en la sociedad manabita y ecuatoriana;

d) Propiciar la formación profesional, técnica y científica de sus estudiantes, profesores/as e investigadores/as, contribuyendo al logro de una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en concordancia con la Ley Orgánica de Educación Superior, su Reglamento.

e) Ofertar carreras que respondan a las necesidades sustanciales de la zona del Sur de Manabí y del País, dentro de una concepción integral del hombre, que estimule su crecimiento personal y colectivo y propicie una sociedad en permanente transformación.

f) Establecer relaciones interinstitucionales, con otras Universidades y Centros de Estudios Nacionales y Extranjeros, empresas públicas y privadas para propiciar el intercambio de conocimientos, profesores, investigadores, estudiantes y graduados, procedimientos que se llevarán a cabo de conformidad con la normativa que rige el Sistema de Educación Superior.

g) Elevar los niveles de competitividad, generando un mejoramiento en la estructuración y funcionalidad de las áreas académicas, administrativas y financieras.

h) Establecer programas de educación superior de cuarto nivel, previo cumplimiento del procedimiento establecido en la Ley y la obtención de la respectiva autorización otorgada por el Consejo de Educación Superior.

Art.10.- La Universidad Estatal del Sur de Manabí, con base en los principios y fines que le permitirán cumplir su misión y visión, se ha trazado los siguientes objetivos:

a) Proporcionar a sus estudiantes una formación integral, en los niveles de grado y postgrado, que los habilite con competencias y habilidades que les permita realizarse profesionalmente;

b) Impulsar y organizar la práctica pre profesional y profesional que permita establecer actividades dirigidas a la preparación para el ejercicio profesional y académico de sus estudiantes;

c) Formar líderes, emprendedores, proactivos, creativos, innovadores, con valores morales y éticos, capaces de exponer y aplicar con claridad, oportunidad, pertinencia, transparencia, eficacia y eficiencia sus conocimientos;

d) Garantizar y promover la participación, el acceso, permanencia, movilidad y egreso de los estudiantes sin distinción de género, condición socioeconómica, ideología política, etnia y religión, para que tengan la posibilidad de desarrollar sus potenciales y se conviertan en protagonistas de su propio desarrollo, el de sus familias y comunidades;

e) Contribuir en la búsqueda de soluciones para la explotación y uso racional de los recursos naturales y energéticos, y el desarrollo de una tecnología propia que aporte al mejoramiento de las condiciones de vida y la cultura de la sociedad ecuatoriana; y,

f) Los demás que señale la Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento General.

Art.30.- Es el responsable de coordinar con el el/la Vicerrector/a Académico/a, las actividades de la política de desarrollo académico, investigación científica, vinculación con la sociedad, formación ambiental y de acciones de cultura en general, aprobadas por el Honorable Consejo Universitario, basándose en las necesidades y proyectos de las diferentes Unidades Académicas.

El Director/a General Académico/a será designado por el Rector/a, tiene jerarquía de Decano y deberá cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 54 de la LOES para ser autoridad académica, desempeñará su función a tiempo completo y constituye una autoridad de libre nombramiento y remoción.

Art. 65.- El personal académico de la UNESUM está conformado por profesores e investigadores. El ejercicio de la cátedra y la investigación podrán

combinarse entre sí, lo mismo que con actividades de dirección, si su horario lo permite. Los miembros del personal académico de la UNESUM podrán ser titulares, invitados, ocasionales u honorarios. Los titulares podrán ser principales, agregados o auxiliares.

El tiempo de dedicación podrá ser a tiempo completo, es decir, con cuarenta horas semanales; medio tiempo, es decir, con veinte horas semanales; a tiempo parcial, con menos de veinte horas semanales. Ningún miembro del personal académico o funcionario administrativo con dedicación a tiempo completo podrá desempeñar simultáneamente dos o más cargos de tiempo completo en el sistema educativo, en el sector público o en el sector privado.

Art. 66.- Para ser miembro titular principal del personal académico de la UNESUM se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

a) Tener título de postgrado correspondiente a doctor (PhD o su equivalente), registrado o reconocido en la SENESCYT, en el área afín en que ejercerá la cátedra;

b) Haber realizado o publicado obras de relevancia o artículos indexados en el área afín en que ejercerá la cátedra, individual o colectivamente, en los últimos cinco años;

c) Ser ganador del correspondiente concurso público de merecimientos y oposición; y, Superior.



## **CAPÍTULO II**

### **1. CONTEXTUALIZACIÓN**

La Universidad Estatal del Sur de Manabí, es una Institución de Educación Superior Pública creada mediante Ley No. 38 publicada en el Registro Oficial No.261 de 7 de febrero de 2001, tiene su domicilio en la ciudad de Jipijapa, provincia de Manabí, constituida por el Estado como persona jurídica sin fines de lucro, por lo que sin lesionar su autonomía constitucionalmente establecida, debe articular sus actividades con el Sistema de Educación Superior y el Plan Nacional de Desarrollo.

Por su naturaleza jurídica, la Universidad Estatal del Sur de Manabí, orientará sus actividades de docencia, investigación y vinculación con la sociedad, a servir a la población del sur de Manabí y buscará trascender sus servicios al contexto nacional.

La Ley de Creación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, reconoce a la misma como parte del Sistema de Educación Superior del Ecuador; en virtud de lo cual goza de autonomía académica, administrativa y financiera, ejerce además sus actividades como institución de educación superior de grado y post grado, materializada en el carácter de institución de docencia universitaria, rendición obligatoria de cuentas y sometida a los principios de cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción del pensamiento y del conocimiento, en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global.

La Universidad Estatal del Sur de Manabí reconoce el principio de cogobierno como la dirección compartida de la Institución, conforme lo establece la Ley Orgánica de Educación Superior, acorde con los principios de calidad, igualdad de oportunidades, alternabilidad y equidad de género de las autoridades, profesores, estudiantes, graduados, servidores y trabajadores.

La Universidad Estatal del Sur de Manabí se ajustará a las normas del ordenamiento jurídico ecuatoriano, debiendo regirse por las que están contenidas

en la Constitución de la República, Ley Orgánica de Educación Superior, Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación Superior, los Reglamentos que expida el Consejo de Educación Superior, el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, así como por el presente Estatuto y los correspondientes reglamentos internos e instructivos que expida la autoridad competente. (unesum, 2014)

De acuerdo al informe emitido por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), que preside Guillaume Long, la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM), está ubicada entre las mejores de la provincia, se categorizó C.

Blanca Indacochea, vicerrectora de la UNESUM dijo que la calificación que han obtenido es por el excelente trabajo que están realizando con los profesionales en formación, y de esta manera realizan una rendición de cuentas a la comunidad; aquello los compromete cada día a seguirse preparando para impartir nuevos conocimientos, y de esta manera mejorar el aprendizaje de los estudiantes.

Enfatizó que en la actualidad la UNESUM acoge a estudiantes de diferentes provincias, esto la ayuda a mejorar y continuar con el tema de la acreditación, ya que aspiran en las próximas evaluaciones del CEAACES llegar a la categoría B y por qué no estar en la A, lo que permitirá impartir posgrados, doctorados. Esto es parte del éxito y desarrollo no solo de la comunidad universitaria sino también de la ciudad, mencionó. (lahora, 2012)

En este contexto y para definir la proyección de la UNESUM, se ha diseñado una propuesta de Plan Estratégico de Desarrollo Institucional, que está sujeto a la aprobación del H. Consejo Universitario de la Institución, en el cual se incluyó un Análisis o diagnóstico, en el cual se definen algunos hallazgos:

## 1.1 Análisis del Medio Interno

Responde a la calidad de los recursos disponibles, sondea las fuentes de las ventajas competitivas en relación con otros sistemas análogos, además se analiza el rol de las habilidades distintivas, los recursos y capacidades en la formación y sostenimiento de la academia e institución. Para que el diagnóstico sea un instrumento vital para adoptar las decisiones informales, disminuir el riesgo y optimizar el uso de los recursos. Se analiza cuáles son sus recursos y capacidades, identificar las fortalezas y debilidades de la universidad para afrontar estratégicamente el medio ambiente.

**TABLA N° 1**

### **Factores Actuales Internos**

1. Las redes globales inter-universitarias.
2. Posicionamiento nacional como Institución de Educación Superior.
3. Alto porcentaje de docentes con formación de maestría (76%).
4. Expansión de la infraestructura física espacial y equipamiento educativo.
5. Sistematización e información de la biblioteca.
6. Modelos Educativos y Pedagógico Institucional.
7. Planificación Institucional y Mejoramiento Continuo aún débiles
8. Visión y misión de la universidad, unidades académicas y carreras.
9. Institución académica que contribuye al desarrollo local y nacional.
10. Ejecución de los convenios interinstitucionales nacionales e internacionales.
11. Limitado presupuesto estatal para gestión y crecimiento institucional.
12. Pocos docentes investigadores con formación PhD.
13. Desarticulación de la estructura organizacional de la vinculación universitaria con la sociedad.
14. Débil consolidación de la producción y desarrollo científico investigativo.
15. Escasos procesos automatizados e integración de los sistemas de información gerencial para la gestión institucional.
16. Insuficiente promoción y difusión de la oferta académica y labor institucional.
17. Escaso compromiso para consolidar la evaluación y planificación como cultura institucional.
18. Elevado número de docentes contratados.
19. Oferta académica desactualizada (orientación PNBV)
20. Escasa pertinencia en funciones institucionales.
21. Normativa institucional y académica desactualizada

**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**

**Fuente: Propuesta PEDI 2014-2018**

### Matriz de prioridades

Para poder determinar el impacto y la probabilidad de ocurrencia de estos factores en la universidad, utilizamos la matriz de prioridades.

## ANÁLISIS

La UNESUM mantiene clara su identidad institucional con fuertes ventajas competitivas consolidando su presencia en el ámbito académico y gestión local, regional y nacional, sobre la plataforma de sus capacidades deberá afrontar estratégicamente el medio ambiente.

PROBABILIDADES DE OCURRENCIA

A L T O	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	14,16,17,20,21
	11,12,13,15,19	
B A J O		

TABLA N° 2

### PERFIL ESTRATÉGICO DE FACTORES INTERNOS.

Para conocer el nivel de afectación de los factores actuantes internos, utilizamos la matriz de perfil estratégico de factores internos, de acuerdo a la que determinaremos aquellos factores que tienen incidencia muy débil (=), débil (-), o se encuentran en equilibrio, o aquellos que inciden muy fuerte (++) o fuerte (+).

FUENTES ACTUANTES INTERNAS	=	-	E	+	++
Las redes globales inter-universitarias					
Posicionamiento nacional como Institución de Educación Superior.					
Alto porcentaje de docentes con formación de maestría (76%)					
Expansión de la infraestructura física espacial y equipamiento educativo.					
Sistematización e informatización de la biblioteca					
Modelos educativo y pedagógico institucional					
Planificación institucional y mejoramiento continuo aún débiles.					
Visión y misión de la Universidad, unidades académicas y carreras					
Institución académica que contribuye al desarrollo local y nacional.					
Ejecución de los convenios interinstitucionales nacionales e internacionales					
Limitado presupuesto estatal para gestión y crecimiento institucional.					
Pocos docentes investigadores con formación PhD					
Desarticulación de la estructura organizacional de la vinculación universitaria con la sociedad.					
Débil consolidación de la producción y desarrollo científico investigativo.					
Escasos procesos automatizados e integración de los sistemas de información gerencial para la gestión institucional.					
Insuficiente promoción y difusión de la oferta académica y labor institucional					
Escaso compromiso para consolidar la evaluación como cultura institucional.					
Elevado número de docentes contratados					
Oferta académica desactualizada (orientación PNBV)					
Escasa pertinencia en funciones institucionales.					
Normativa institucional y académica desactualizada					

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Propuesta PEDI 2014-2018

**TABLA N° 3**

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las redes globales inter–universitarias.</li> <li>• Posicionamiento nacional como Institución de Educación Superior.</li> <li>• Alto porcentaje de docentes con formación de maestría (76%).</li> <li>• Expansión de la infraestructura física espacial y equipamiento educativo.</li> <li>• Sistematización e informatización de la biblioteca.</li> <li>• Modelos Educativo y Pedagógico Institucional.</li> <li>• Planificación Institucional y Mejoramiento Continuo aún débiles.</li> <li>• Visión y misión de la Universidad, unidades académicas y carreras.</li> <li>• Institución académica que contribuye al desarrollo local y nacional.</li> <li>• Ejecución de los convenios interinstitucionales nacionales e internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitado presupuesto estatal para gestión y crecimiento institucional.</li> <li>• Pocos docentes investigadores con formación PhD.</li> <li>• Desarticulación de la estructura organizacional de la vinculación universitaria con la sociedad.</li> <li>• Débil consolidación de la producción y desarrollo científico investigativo.</li> <li>• Escasos procesos automatizados e integración de los sistemas de información gerencial para la gestión institucional.</li> <li>• Insuficiente promoción y difusión de la oferta académica y labor institucional</li> <li>• Escaso compromiso para consolidar la evaluación y planificación como cultura institucional.</li> <li>• Elevado número de docentes contratados</li> <li>• Oferta académica desactualizada (orientación PNBV)</li> <li>• Escasa pertinencia en funciones institucionales.</li> <li>• Normativa institucional y académica desactualizada.</li> </ul>

**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**

**Fuente: Propuesta PEDI 2014-2018**

## 1.2 Factores que influyen en la Institución

En esta segunda década del siglo XXI, los escenarios contemporáneos en que se desenvuelven las instituciones de Educación Superior son muy diversos, el fortalecimiento de las comunidades académicas con pertinencia, integridad, que oferten calidad de sus servicios, bajo estos principios que rigen de manera integral el autodesarrollo institucional, no sólo en la gestión como tal, sino en la perspectiva de su dimensión externa de proyección a su contexto la misma que es local, regional y nacional, por ello el sistema tiene que desenvolverse en una sociedad que está atravesando procesos de cambio, que debate, cuestiona y expresa nuevas valoraciones, vivimos entonces una etapa de transición dialéctica que la estamos superando con mucho espíritu de tolerancia, vivacidad y capacidad.

El fortalecimiento de la cultura científica institucional es transcendental dentro de las estrategias que se deberán tomar como partida en este nuevo proceso cuyo sentido le dan los procesos de producción y desarrollo científico investigativo, la vinculación con la sociedad, la política nacional de ciencia, tecnología e innovación, los procesos de evaluación y acreditación de las universidades, las nuevas redes de cooperación y transferencia tecnológica, la internacionalización del conocimiento, la demanda de calidad en la formación de tercero, cuarto nivel y postdoctorado, la necesidad de implementar los procesos de automatización e integración en los sistemas de información gerencial para la gestión institucional, el fortalecimiento de nuestro modelo pedagógico, la capacitación y perfeccionamiento permanente a docentes por áreas de conocimiento; todo ello influye como paradigmas que debemos fortalecer institucionalmente a través del mejoramiento continuo y aseguramiento de la calidad como estrategia institucional.

### **1.3 Suposiciones Claves**

#### **1.3.1 Escenario Factible**

El anhelo optimista de proyectar a la UNESUM a un futuro deseado como mecanismo para cumplir su misión, se ven direccionadas sus acciones académicas e investigativas para consolidar la relación de la academia con la sociedad y sus problemas, garantizando una educación de calidad, con imagen corporativa importante, liderando y propiciando el desarrollo de proyectos alternativos de investigación científica, vinculación con impacto social y en la economía regional; teniendo como eje central y transversal la autonomía responsable, el cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad pertinencia, integridad y autodeterminación para la producción del conocimiento en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global.

Dirigir su accionar desde una gerencia con liderazgo democrático, propositivo, de gestión transformadora con excelencia, entendida como la conducción racional de las actividades que la UNESUM está llamada a cumplir ante el encargo social que le hace el Estado y el pueblo ecuatoriano.

En los escenarios de innovación y mejoramiento continuo es donde se debe maniobrar con enorme celeridad, para abreviar distancias en la comprensión del mundo y en la organización democrática participativa de derechos y justicia social de nuestro pueblo que contribuya a una convivencia ciudadana, social, intercultural y humanista en diversidad y armonía con la naturaleza para alcanzar el buen vivir, el Sumak Kawsay.

Por lo tanto la inversión y acciones se dirigirían fundamentalmente a la formación de docentes investigadores, a la capacitación continua y por especialidad, incorporación de talentos humanos con formación de PhD que impulsen esencialmente procesos significativos de investigación en ciencia y tecnología, se deberá completar la infraestructura y equipamiento educativo, y trabajar en procesos de vinculación con la sociedad lo que incidirá significativamente en garantizar una formación profesional de calidad y con pertinencia.

## 1.4 Matriz FODA

**TABLA N° 4**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las redes globales inter-universitarias.</li> <li>2. Posicionamiento nacional como educación de Institución de Educación Superior.</li> <li>3. Alto porcentaje de docentes con formación de maestría (76%).</li> <li>4. Expansión de la infraestructura física espacial y equipamiento educativo.</li> <li>5. Sistematización e informatización de la biblioteca.</li> <li>6. Modelo Educativo y Pedagógico institucional.</li> <li>7. Planificación Institucional y Mejoramiento continuo aún débiles.</li> <li>8. Visión y Misión de la Universidad, unidades académicas y carreras.</li> <li>9. Institución académica que contribuye al desarrollo local y nacional.</li> <li>10. Ejecución de los convenios interinstitucionales nacionales e internacionales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Limitado presupuesto estatal para gestión y crecimiento institucional.</li> <li>2. Pocos docentes investigadores con formación PhD.</li> <li>3. Desarticulación de la estructura organizacional de la vinculación universitaria con la sociedad.</li> <li>4. Débil consolidación de la producción y desarrollo científico investigativo.</li> <li>5. Escasos procesos automatizados e integración de los sistemas de información gerencial para la gestión institucional.</li> <li>6. Insuficiente promoción y difusión de la oferta académica y labor institucional.</li> <li>7. Escasos compromiso para consolidar la evaluación y planificación como cultura institucional.</li> <li>8. Elevado número de docentes contratados.</li> <li>9. Oferta académica desactualizada (orientación PNBV)</li> <li>10. Escasas pertinencia en funciones institucionales.</li> <li>11. Normativa institucional y académica desactualizada</li> </ol>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevo ordenamiento jurídico del estado y de la educación superior.</li> <li>2. Política nacional de ciencias, tecnológica e innovación aprobada para la SENESCYT</li> <li>3. Modelo de gestión del plan nacional de desarrollo: Agenda zonal para el buen vivir y Plan Estratégico de Desarrollo Provincial de Manabí.</li> <li>4. Las políticas de gobierno de elevar la calidad de la oferta académica.</li> <li>5. Los procesos de evaluación y acreditación institucional por CEAACES.</li> <li>6. Planes de desarrollo y ordenamiento territorial de los GADS.</li> <li>7. Desarrollo tecnológico, comunicación y redes de conectividad.</li> <li>8. Credibilidad de Empleadores en profesionales graduados de la UNESUM.</li> <li>9. Convenios institucionales nacionales e internacionales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La inestabilidad del empleo y subempleo, insuficientes plazas de trabajo local</li> <li>2. Actividad productiva local restringida a pocos rubros, su economía es poco diversa y relativamente pequeña.</li> <li>3. Ubicación del Cantón Jipijapa en la provincia con mayor nivel de pobreza en la región</li> <li>4. Las rentas estatales de la universidad se mantienen sin cambios significativos y bajo intervención del Ministerio de Economía y Finanzas y SENPLADES.</li> <li>5. La constante migración de bachilleres.</li> <li>6. Bajo nivel académico del sistema educativo general básico y bachillerato.</li> <li>7. Problemas sociales contemporáneos del país y del mundo</li> <li>8. Deterioro de los recursos naturales y del ambiente de la zona de influencia.</li> <li>9. Tamaño de la población provincial (demanda)</li> <li>10. Ausencia de incentivos para la inversión privada.</li> </ol>

**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**

**Fuente: Propuesta PEDI 2014-2018**



### **CAPÍTULO III**

#### **1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ DESDE LA ÓPTICA DE LOS LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS Y DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL.**

En rueda de prensa ofrecida este 10 de septiembre de 2013, René Ramírez, titular de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) dio a conocer que nombró una comisión interventora para la Universidad del Sur de Manabí (UNESUM).

Ramírez enfatizó que esta medida se tomó con el objetivo de garantizar el normal funcionamiento de la UNESUM y precautelar la seguridad de sus estudiantes y docentes. Posteriormente el Consejo de Educación Superior (CES) ratificó a Ramiro Vásquez Y. como presidente de la comisión interventora.

De la auditoría completa a la Universidad del Sur de Manabí que está ubicada en la ciudad de Jipijapa, además de la evaluación externa que realizó el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), se reflejó cuál es la situación de este centro de educación superior.

Lo acontecido con quien es, o fuera, la principal autoridad de la Universidad de Jipijapa nos deja varias lecciones. Y señala la autora que es o que fuera, ya que la Universidad Estatal del Sur de Manabí a tantos días del hecho, no se ha pronunciado oficialmente para salvaguardar la integridad de la institución, ante la crisis que está sufriendo.

De paso, las instituciones no son las personas que las representan, aunque se sabe que una persona puede ser considerada en sí misma, una institución.

Con el desprestigio que los organismos de control del sistema de educación superior les ha significado a las universidades en el país, categorizándolas,

estableciendo parámetros de calificación injustos; la autora se pregunta si un acontecimiento como este ¿afecta aún más la institucionalidad de la academia? ¿Intervenida la universidad, quién es la voz oficial del UNESUM? ¿Quién calma a las voces que claman explicaciones? ¿Cuánto les afecta a las Instituciones de Educación Superior de Manabí, hoy más fortalecidas que nunca?

¿Pero quién o a qué departamento de las instituciones, públicas o privadas le corresponde enfrentar la crisis ante la opinión pública y la prensa?

La respuesta lógica es a toda la Institución, y en materia de información y comunicación le compete al Departamento o Dirección de Comunicación particularmente al director de comunicación, que en nuestro medio figura como relacionista público que es la encargada de esta función.

Las inquietudes planteadas y la ausencia de respuestas son, desde todo punto de vista, la lección que nos deja los aprietos por los que está pasando la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

La Dirección de Comunicación de las organizaciones en el mundo evalúa, asesora, diseña, interconecta, interactúa, procesa todo acto organizacional. Ante el público interno y el externo es quien afronta las acciones positivas y negativas. En resumidas cuentas: realiza una comunicación efectiva, sobre todo ante los medios de comunicación.

Los medios de comunicación, cada vez notician menos, los lectores lo exigen, por ello la prensa actual es mucho más crítica, interpretativa, ya no se limita a dar a conocer hechos, explican los hechos, por tanto, la calidad de la información sobre la imagen de las instituciones dependerá mucho de lo que su Departamento de Comunicación exprese, lo que la voz oficial comunique a la opinión pública, voz que a su vez es una fuente importante para los periodistas. Esta introspección cabe hacerse en las organizaciones, sus líderes, gerentes, presidentes, rectores.

Claro está, no es para defender personas, es para precautelar la imagen institucional en momentos de crisis o conflictos que todas las organizaciones del mundo en cualquier momento padecen. (eldiario, 2014).

## 2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Esta investigación se realizó en la Universidad Estatal del sur de Manabí en el período de noviembre de 2013 a julio de 2014. Con una población total de 5057 personas de la UNESUM entre ellas las autoridades, docentes, empleados y estudiantes de la misma.

### 2.1 Población: Autoridades de la UNESUM

**TABLA N° 5**

<b>Muestra</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Rector	1,00	14,29%
Vicerrector	1,00	14,29%
Secretario General	1,00	14,29%
Director General Administrativo	1,00	14,29%
Director Unidad de Ciencias de la Salud	1,00	14,29%
Director Unidad de Ciencias de la Construcción	1,00	14,29%
Director de Unidad Ciencias Contables y Auditoras	1,00	14,29%
<b>Total</b>	<b>7,00</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**

**Fuente: UNESUM**

Debido a que la población de autoridades de la UNESUM es un número menor a 100 la entrevista se aplicó al total de los mandos señalados en el cuadro anterior, para que los resultados sean más asertivos.

### 2.2 Población: Empleados de la UNESUM

**TABLA N° 6**

<b>Muestra</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleados	21,00	100,00%
Total	21,00	100,00%

**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**

**Fuente: UNESUM**

Debido a que la población de Empleados de la UNESUM es un número mayor a 100 la encuesta se basó en la muestra como lo refleja el cuadro anterior.

### **2.3 Población: Docentes de la UNESUM**

**TABLA N° 7**

Muestra	Frecuencia	Porcentaje
Docentes	29,00	100,00%
Total	29,00	100,00%

**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**  
**Fuente: UNESUM**

Debido a que la población de Docentes de la UNESUM es un número menor a 100 la encuesta se aplicó al total de los mismos señalados en el cuadro anterior, para que los resultados sean más asertivos.

### **2.4 Determinación de las muestras:**

El determinar el tamaño de una muestra representa una parte esencial del método científico para poder llevar a cabo una investigación. Por lo tanto, el tamaño de la muestra está delimitado por los objetivos del estudio y las características de la población, lo que se considera como una muestra finita, además de los recursos y el tiempo del que se dispone.

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- 1) Error permitido.
- 2) Nivel de confianza estimado.
- 3) Carácter finito o infinito de la población.

Las fórmulas generales para determinar el tamaño de la muestra son las siguientes: Para poblaciones infinitas (más de 100,000 habitantes) Para poblaciones finitas (menos de 100,000 habitantes).

## 2.5 Nomenclatura:

**n** = Número de elementos de la muestra

**N** = Número de elementos de la población o universo.

**P/Q** = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

**Z2** = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor zeta 2, luego  $Z = 2$ , en tablas  $Z = 1,96$

**E** = Margen de error permitido (determinado por el responsable del estudio).

Cuando el valor de P y de Q sean desconocidos o cuando la encuesta abarque diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser desiguales, es conveniente tomar el caso más adecuado, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra, lo cual ocurre para  $P = Q = 50\%$ , luego,  $P = 50\%$  y  $Q = 50\%$ .

Para establecer cuál es el número de cada una de las poblaciones se aplica la siguiente fórmula:

## 2.6 Determinación del tamaño de la muestra de estudiantes de la UNESUM.

**TABLA N° 8**

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

	<b>ZPQN</b>				
	<b>n=</b> $\frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$				
<b>Z=</b>	nivel de confiabilidad	95%	0,475	<b>Z=</b>	3,8416
<b>P=</b>	probabilidad de ocurrencia	50%			
<b>Q=</b>	probabilidad de no ocurrencia	50%			
<b>N=</b>	población	5.057			
<b>e=</b>	error de muestreo	5%			
<b>n=</b>	<b>muestra</b>	<b>357,04</b>			

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: UNESUM

## 2.7 Determinación de la cuota de muestreo

**TABLA N° 9**

Muestra	Frecuencia	Porcentaje	Técnica a aplicar
Autoridades	7,00	1,12%	Entrevista
Empleados	21,00	5,88%	Encuesta
Docentes	29,00	8,12%	Encuesta
Estudiantes de la UNESUM	300,00	84,87%	Encuesta
Total	357,00	100,00%	100,00%

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: UNESUM

## 3. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

**TABLA N° 10**

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para tener una base del criterio popular sobre el tema en estudio y proponer las posibles soluciones al problema.
¿De qué personas?	Autoridades, empleados, docentes.
¿Sobre qué aspectos?	-Lineamientos Estratégicos -Comunicación Digital. -Posicionamiento Institucional de la Universidad.
¿Quién?	Econ. María Leonor Parrales P.
¿Cuándo?	Año 2013-2014.
¿Dónde?	Provincia de Manabí-Jipijapa
¿Qué técnicas?	Entrevista, Encuesta,

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: UNESUM

## **4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.**

Las técnicas de recopilación de información ayudaron al investigador a recopilar, encontrar y construir la información necesaria para llegar a las conclusiones y recomendaciones para establecer una solución adecuada y apegada a la realidad de la UNESUM.

### **4.1 Técnicas:**

#### **4.1.1 Encuesta**

La encuesta se utilizó con fines cuantitativos, los mismos que reflejaron el pensamiento de la población en estudio en porcentajes, facilitando el diagnóstico sobre el posicionamiento actual de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Esta técnica se aplicó a empleados, docentes y estudiantes de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

#### **4.1.2 Entrevista**

La entrevista utiliza una plática verbal entre el informante y el investigador a través de preguntas que propone el analista, cabe indicar que dicha entrevista el investigador la realizó de forma individual para recabar la información pertinente que aporte valor a la investigación. En este caso la entrevista fue a profundidad y de manera individual.

Con la aplicación de la entrevista se logró determinar cómo la comunicación digital influye en el posicionamiento de la Universidad Estatal del sur de Manabí aportando con el mejoramiento de la imagen institucional en el medio y en el segmento que actualmente maneja la institución.

Esta técnica además ayudó a obtener valiosa información la misma que determinó los problemas existentes dentro de la institución, una vez diagnosticado el problema se propuso alternativas de solución directamente relacionadas con uno de los objetivos de la tesis.

## 4.2 Instrumentos:

### 4.2.1 Cuestionario

Para recopilar e indagar información que sea relevante a la problemática se elaboró un cuestionario con preguntas cerradas con opciones de selección múltiple, permitiendo se establezcan conclusiones y recomendaciones claras y reales.

## 5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 5.1 Clientes Externos

Para llevar a cabo este estudio se tomó la decisión de aplicar la técnica de la encuestas a la muestra de la población, la cual está conformada por clientes internos y clientes externos, en el período noviembre de 2013 a julio de 2014.

### 5.2. Estructura de la población investigada

La Universidad Estatal del Sur de Manabí tiene una población de autoridades, docentes, personal Administrativo y estudiantes que asciende a un total de 5057 personas, de entre las cuales a las autoridades, docentes y personal se les considerará como clientes internos, y a los estudiantes se les considerará como clientes externos, población que después de aplicar la respectiva fórmula, se obtuvo una muestra de 357 personas a las cuales se les aplicó una encuesta, quedando estructurada la población de la siguiente manera:

**TABLA N° 11**

<b>Muestra</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Autoridades	7,00	1,96%
Empleados	21,00	5,88%
Docentes	29,00	8,12%
Estudiantes de la UNESUM	300,00	84,03%
<b>Total</b>	<b>357,00</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: UNESUM



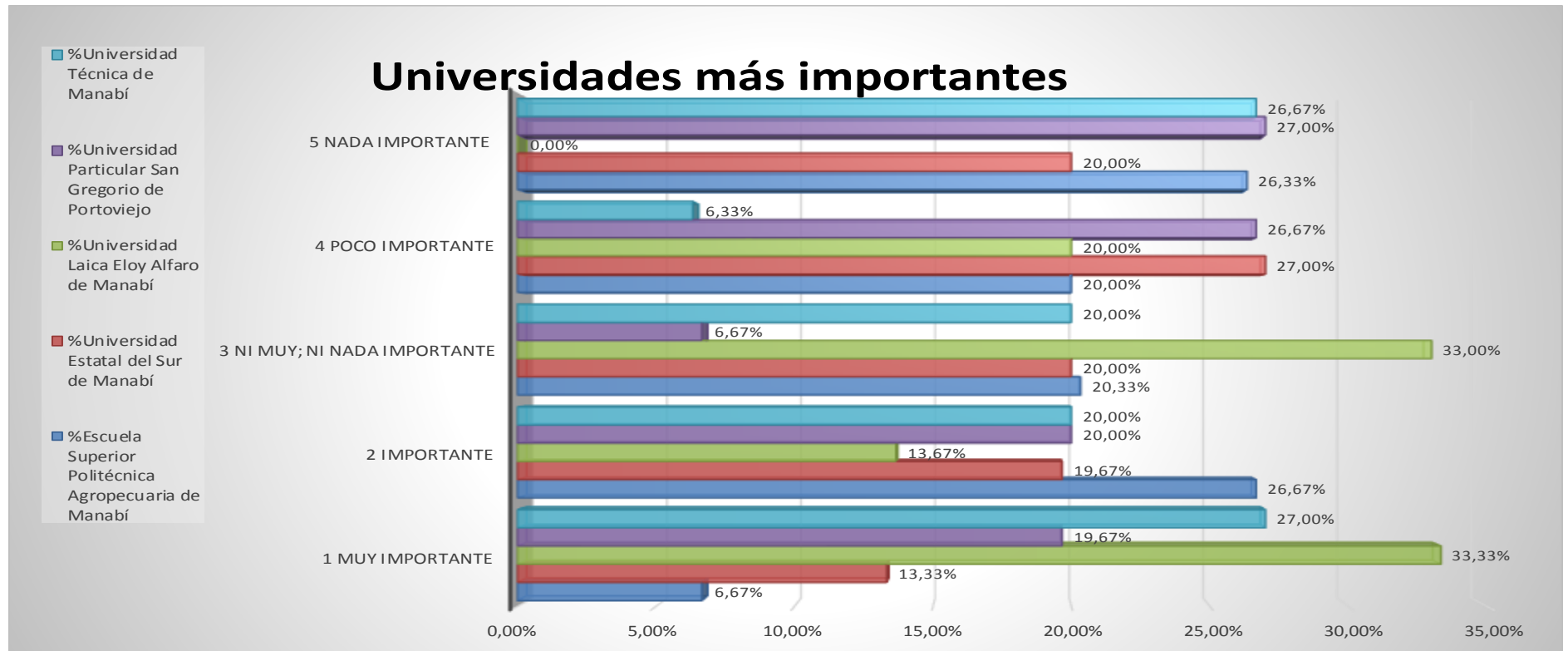
## 6. INTERPRETACIÓN DE DATOS

**6.1 Pregunta 1. Al pensar en instituciones de educación superior, ¿Cuál de las siguientes considera usted más importante en el medio?**

**TABLA N° 12**

FRECUENCIA	Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí	Universidad Estatal del Sur de Manabí	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo	Universidad Técnica de Manabí	%Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí	%Universidad Estatal del Sur de Manabí	%Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	%Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo	%Universidad Técnica de Manabí
1 Muy Importante	20	40	100	59	81	6,67%	13,33%	33,33%	19,67%	27,00%
2 Importante	80	59	41	60	60	26,67%	19,67%	13,67%	20,00%	20,00%
3 Ni muy; Ni nada Importante	61	60	99	20	60	20,33%	20,00%	33,00%	6,67%	20,00%
4 Poco Importante	60	81	60	80	19	20,00%	27,00%	20,00%	26,67%	6,33%
5 Nada importante	79	60	0	81	80	26,33%	20,00%	0,00%	27,00%	26,67%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta									
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda									

GRÁFICO N° 1



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Se puede evidenciar que los siguientes valores 6,67%, el 26,67%, el 20,33%, el 20,00%, y el 26,33% que corresponden a la muestra de estudio dicen que la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente; mientras que el 13,33%, el 19,67%, el 20,00%, el 27,00% y el 20,00% dicen que la Universidad Estatal del Sur de Manabí es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente; Así mismo el 33,33%, el 13,67%, el 33,00% el 20,00% y el 0,00% dicen que la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente; por otro lado el 19,67%, el 20,00%, el 6,67% , el 26,67% y 27,00% dicen que la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente; y por último el 27,00%, el 20,00%, el 20,00%, el 6,33% y el 26,67% dicen que la Universidad Técnica de Manabí es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente.

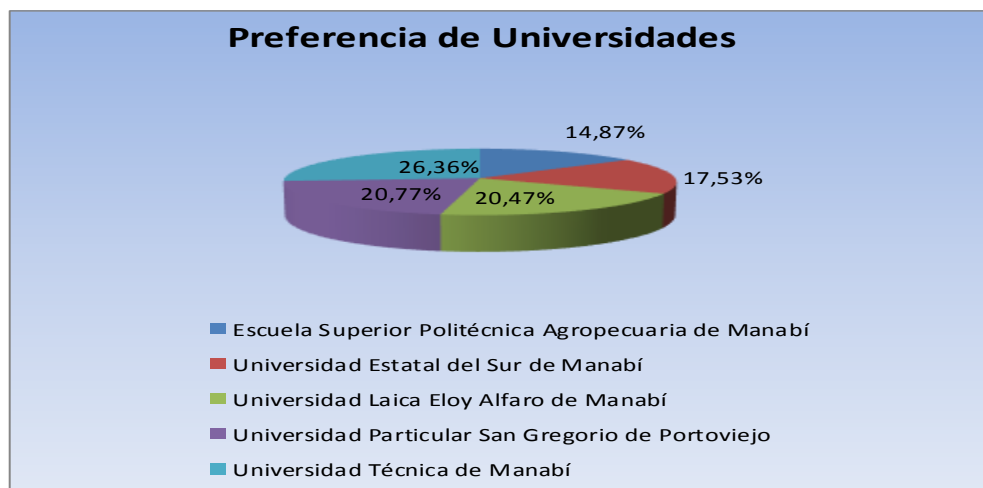
**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se puede interpretar que de la totalidad de los encuestados un 13,33%, y un 19,67%, valores que sumados dan 33% opinan que la UNESUM es Muy importante e Importante valor que relativamente es aceptable ya que se mantiene en un nivel similar a las otras universidades del medio, así mismo un 27 % y un 20 % dicen que es poco y nada importante la UNESUM valor que sumado se aproxima al 50% de los encuestados que opinan negativamente en cuanto a la UNESUM se refiere, situación que debe ser tomada en cuenta para aplicar estrategias y poder cambiar esta forma de pensar en la población. Esta situación es preocupante en relación a lo que los encuestados piensan de otras universidades de la provincia.

**6.2 Pregunta 2. Si las siguientes Universidades Tradicionales y Privadas impartieran la carrera que quiere estudiar ¿Cuál de ellas sería la de preferencia suya para realizar sus estudios?**

**TABLA N° 13**

FRECUENCIA	#Personas	%
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí	101	14,87%
Universidad Estatal del Sur de Manabí	119	17,53%
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	139	20,47%
Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo	141	20,77%
Universidad Técnica de Manabí	179	26,36%
<b>TOTAL</b>	<b>679</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta	
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 2**



**Elaborado por:** Econ. María Leonor Parrales Poveda  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 14,87% de los encuestados indica que preferirían estudiar en Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, el 17,53% indican que preferirían estudiar en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, el 20,47% en

cambio prefieren estudiar en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por otro lado el 20,77% prefieren estudiar en la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, y el 26,36% dicen que estudiarían en la Universidad Técnica de Manabí.

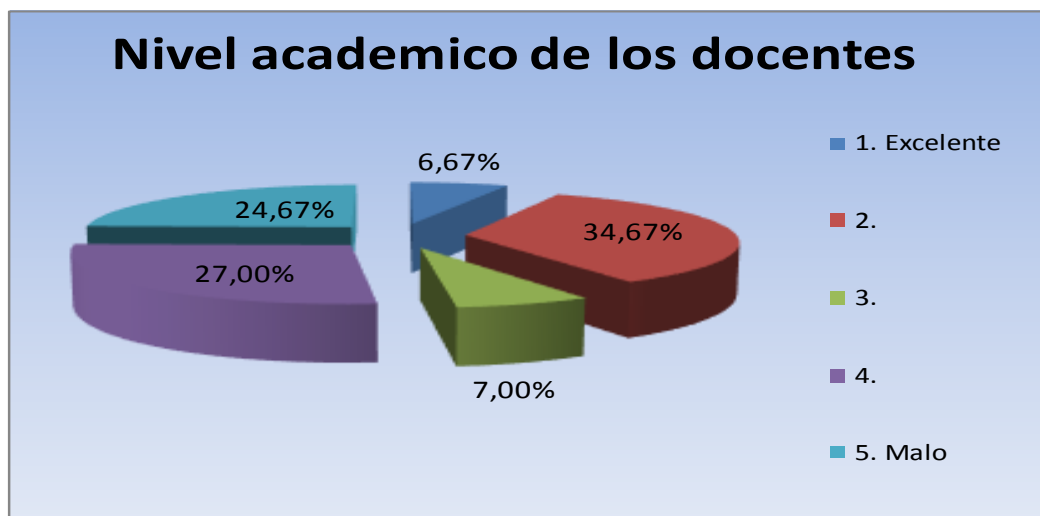
**Interpretación:** Se puede ver que los estudiantes tienen preferencias más altas por estudiar en otras universidades antes que en la UNESUM, sin embargo el porcentaje obtenido no es del todo negativo, pero no es suficiente por lo cual se debe establecer una estrategia para incrementar este valor de preferencia en los estudiantes de la provincia manabita.

### 6.3 Pregunta 3. ¿Cómo considera usted el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM?

**TABLA N° 14**

FRECUENCIA	#Personas	%
1. Excelente	20	6,67%
2.	104	34,67%
3.	21	7,00%
4.	81	27,00%
5. Malo	74	24,67%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta	
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 3**



**Elaborado por:** Econ. María Leonor Parrales Poveda

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 6,67% de los encuestados considera que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es Excelente, el 34,67% indican que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es bueno, mientras que el 7,00% en cambio creen que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM Ni bueno ni malo, por otro lado el 27,00% opinan que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es regular y el 24,67% dicen que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es malo.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos se puede analizar que un 34,67% de los encuestados dicen que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es relativamente bueno, pero así también se puede ver que un 27 % y un 24,67 de los encuestados opinan que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es malo, situación que es preocupante para la universidad puesto que sumados estos dos valores superan el 50% de la muestra encuestada, esto es negativo para la imagen de la universidad lo que generará desconfianza en la ciudadanía de Manabí, para lo cual se debe

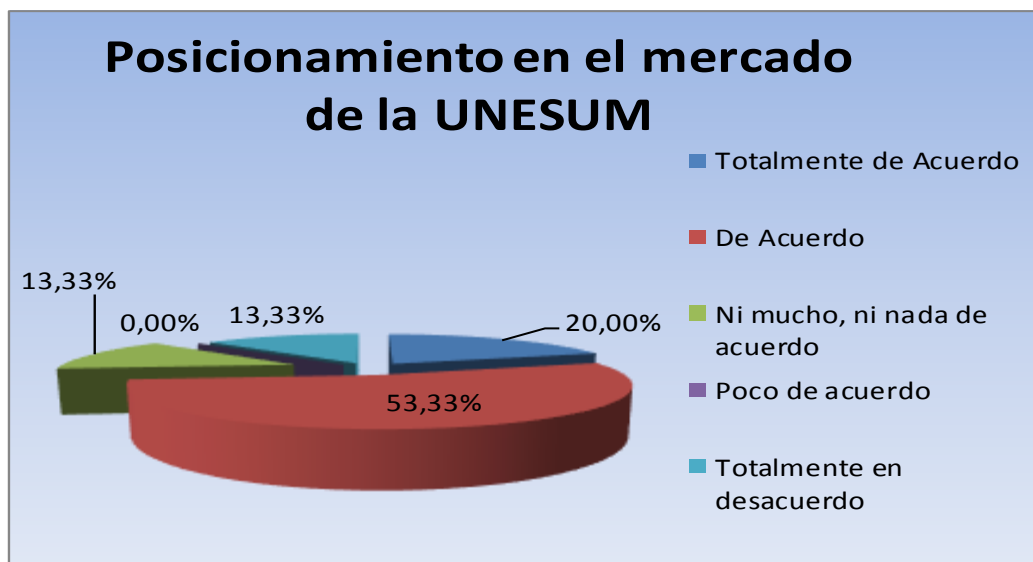
urgentemente tomar cartas en el asunto en busca de cambiar esta mala reputación que envuelve a la UNESUM.

**6.4 Pregunta 4. ¿Considera usted que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado?**

**TABLA N° 15**

FRECUENCIA	#Personas	%
Totalmente de Acuerdo	60	20,00%
De Acuerdo	160	53,33%
Ni mucho, ni nada de acuerdo	40	13,33%
Poco de acuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	40	13,33%
<b>TOTAL</b>	300	100,00%
<b>FUENTE:</b>	Encuesta	
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 4**



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta

**Análisis:** El 20,00% de los encuestados considera que están Totalmente de Acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado el 53,33% en cambio dicen que están de Acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado, el 13,33% dicen que están Ni mucho Ni Nada de Acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado, un 13,33% opinan que están Totalmente en desacuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado.

**Interpretación:** Según los datos obtenidos se puede analizar que un 20% y un 53,33% dicen estar de acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado, porcentajes que al sumarlos superan el 70 % de los encuestados dando como resultado que la imagen de la UNESUM está totalmente afectada en el medio por lo cual es necesario se corrijan acciones de manera urgente para revertir esta situación.

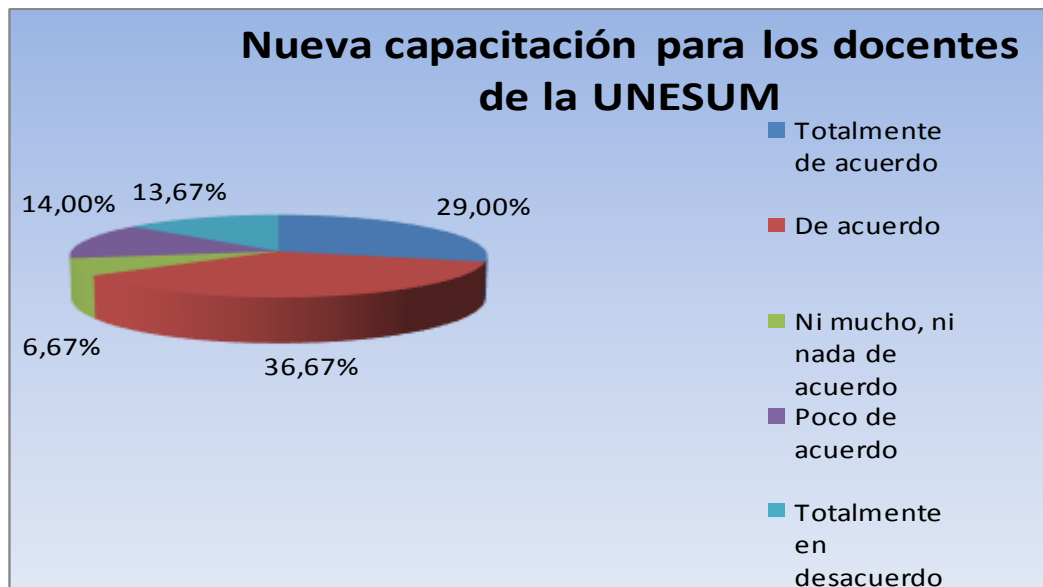


**6.5 Pregunta 5. ¿Cree usted que el personal docente de la UNESUM necesita nueva capacitación para mejorar la calidad en la relación enseñanza aprendizaje?**

**TABLA N° 16**

FRECUENCIA	#Personas	%
Totalmente de acuerdo	87	29,00%
De acuerdo	110	36,67%
Ni mucho, ni nada de Acuerdo	20	6,67%
Poco de acuerdo	42	14,00%
Totalmente en desacuerdo	41	13,67%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 5**



**Elaborado por:** Econ. María Leonor Parrales Poveda  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 29,00% de los encuestados indica que están totalmente de acuerdo en que los docentes de la UNESUM necesitan nueva Capacitación, un

36,67% están de acuerdo en que los docentes de la UNESUM necesitan nueva Capacitación, un 6,67% en cambio dicen que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que los docentes de la UNESUM necesitan nueva Capacitación, un 14,00% dicen que están poco de acuerdo en que los docentes de la UNESUM necesitan nueva Capacitación, y un 13,67% dicen estar totalmente en desacuerdo en que los docentes de la UNESUM necesitan nueva Capacitación.

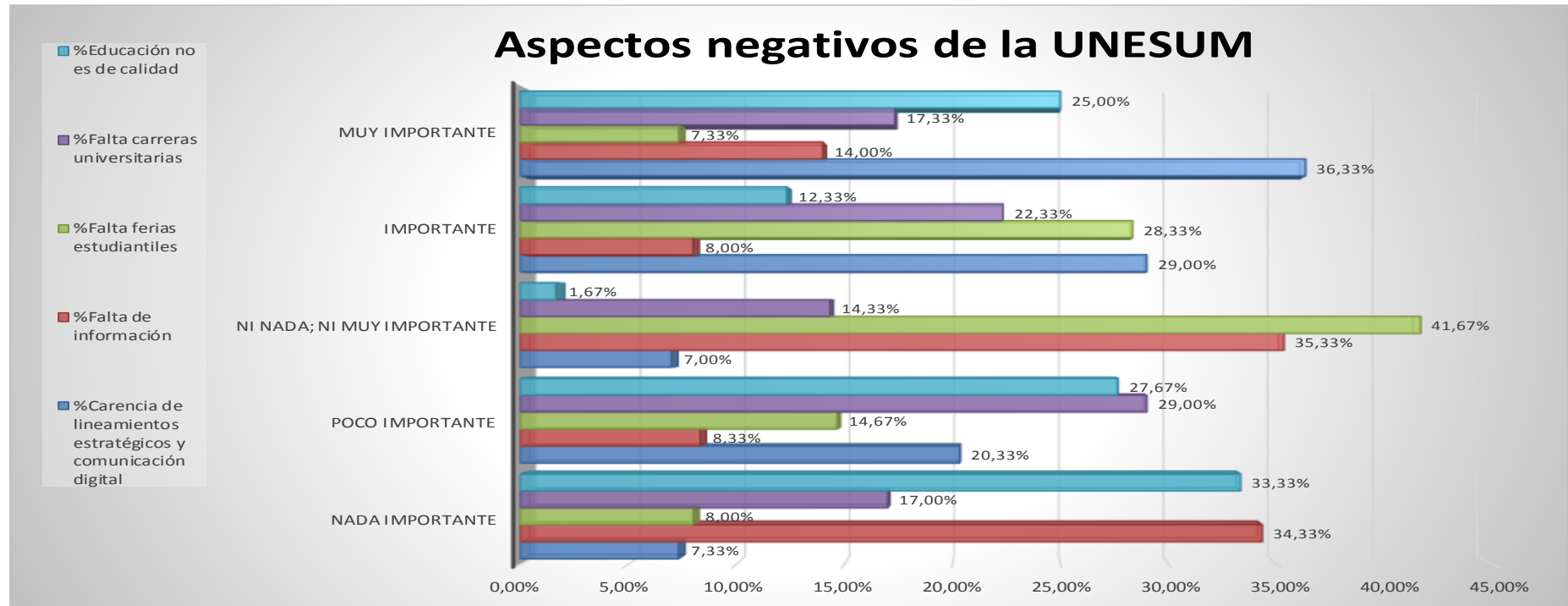
**Interpretación:** De acuerdo con los datos se tiene que un 29 % y un 36,67% que sumados son más del 60% de los encuestados piensan que los docentes de la UNESUM necesitan actualizar sus conocimientos académicos para mejorar su calidad como profesionales, situación que es muy preocupante ya que esto genera inseguridad en los estudiantes haciendo que puedan tomar otra opción de estudio, por este motivo la universidad debe capacitar urgentemente a sus docentes para cambiar la mala reputación de su 'personal docente.

**6.6 Pregunta 6. ¿Desde su punto de vista cuáles son los aspectos NEGATIVOS que tiene para usted la UNESUM?**

**TABLA N° 17**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital</b>	<b>Falta de información</b>	<b>Falta ferias estudiantiles</b>	<b>Falta carreras universitarias</b>	<b>Educación no es de calidad</b>	<b>%Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital</b>	<b>%Falta de información</b>	<b>%Falta ferias estudiantiles</b>	<b>%Falta carreras universitarias</b>	<b>%Educación no es de calidad</b>
Nada importante	22	103	24	51	100	7,33%	34,33%	8,00%	17,00%	33,33%
Poco Importante	61	25	44	87	83	20,33%	8,33%	14,67%	29,00%	27,67%
Ni nada; Ni muy Importante	21	106	125	43	5	7,00%	35,33%	41,67%	14,33%	1,67%
Importante	87	24	85	67	37	29,00%	8,00%	28,33%	22,33%	12,33%
Muy importante	109	42	22	52	75	36,33%	14,00%	7,33%	17,33%	25,00%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta									
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda									

GRÁFICO Nº 6



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Del 100% de los encuestados notamos que el 7,33%, el 20,33%, el 7,00%, el 29,00%, y el 36,33% dicen que la Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital es Nada importante, Poco Importante, Ni muy Ni nada Importante, Importante, Muy Importante mientras que el 34,33%, el 8,33%, el 35,33%, el 8,00% y el 14,00% dicen que la Falta de información es Nada importante, Poco Importante, Ni muy Ni nada Importante, Importante, Muy Importante respectivamente; Así mismo el 8,00%, el 14,67%, el 41,67% el 28,33% y el 7,33% dicen que la Falta ferias estudiantiles es Nada importante, Poco Importante, Ni muy Ni nada Importante, Importante, Muy Importante respectivamente; por otro lado el 17,00%, el 29,00%, el 14,33% , el 22,33% y 17,33% dicen que la Falta carreras universitarias es Nada importante, Poco Importante, Ni muy Ni nada Importante, Importante, Muy Importante respectivamente; y por último el 33,33%, el 27,67%, el 1,67%, el 12,33% y el 25,00% dicen que la Educación no es de calidad es Nada importante, Poco Importante, Ni muy Ni nada Importante, Importante, Muy Importante respectivamente.

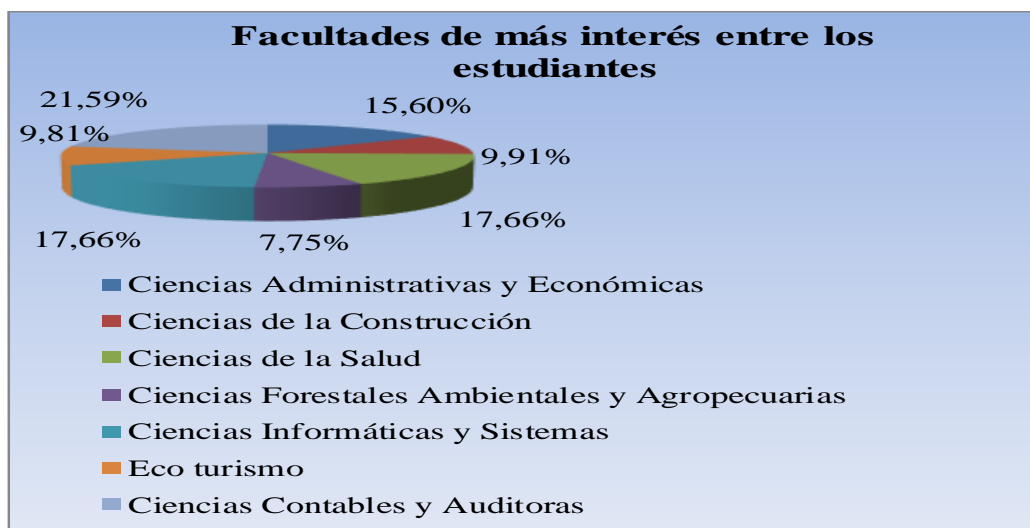
**Interpretación :** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se puede interpretar que de la totalidad de los encuestados un 29 %, y un 36,33%, valores que sumados superan el 65% de personas encuestadas opinan que la Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital es Muy importante e Importante lo que revela que la necesidad de la implementación de este plan es sumamente necesario para lograr recuperar la imagen de la UNESUM en el mercado manabita, así mismo existen valores que son significativos como un 17,33% y un 22,33% que dicen que la Falta carreras universitarias es un punto que se considera importante y que está afectando a la UNESUM en el posicionamiento de la misma, existen otros valores que dan importancia a los otros puntos en cuestión pero se han tomado los más relevantes para esta investigación.

**6.7 Pregunta 7. ¿De las siguientes Unidades cuál considera usted que es la que más acogida tiene entre los estudiantes que ingresan a la UNESUM?**

**TABLA N° 18**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>#Personas</b>	<b>%</b>
Ciencias Administrativas y Económicas	159	15,60%
Ciencias de la Construcción	101	9,91%
Ciencias de la Salud	180	17,66%
Ciencias Forestales Ambientales y Agropecuarias	79	7,75%
Ciencias Informáticas y Sistemas	180	17,66%
Eco turismo	100	9,81%
Ciencias Contables y Auditoras	220	21,59%
<b>TOTAL</b>	<b>1019</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	<b>Encuesta</b>	
<b>ELABORADO POR:</b>	<b>Econ. María Leonor Parrales Poveda</b>	

**GRÁFICO N° 7**



**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**  
**Fuente: Encuesta**

**Análisis:** Del 100% de los encuestados un 15,60% prefieren la Unidad de Ciencias Administrativas y Económicas, un 9,91% del 100% prefieren la Unidad de Ciencias de la Construcción, el 17,66% en cambio prefieren la Unidad de Ciencias de la Salud, el 7,75% dicen que la Unidad de Ciencias forestales Ambientales y Agropecuarias es la más importante, un 17,66% opinan que prefieren la Unidad de Ciencias Informáticas y Sistemas, así mismo un 9,81% prefieren la Unidad de Eco Turismo, mientras que el 21,59% prefieren la Unidad de Ciencias contables y Auditoras.

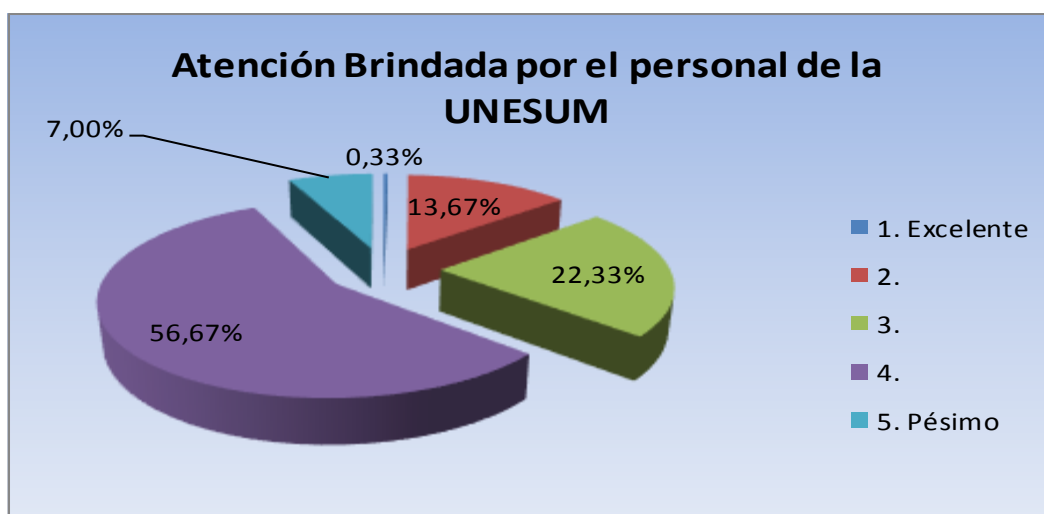
**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas a la muestra obtenida se puede deducir que el 21,59% de los encuestados le dan mucha importancia a la Unidad de Ciencias Contables y Auditoras siendo este el porcentaje más alto entre los otros valores, sin embargo existen valores los cuales no tienen una diferencia significativa, lo que da a conocer que casi todas las unidades de la UNESUM son valoradas por los estudiantes, siendo la Unidad de eco turismo la de menos preferencia entre los estudiantes ya que presenta un valor del 9,81% que relativamente es bajo por lo que se hace necesario se realice un profundo análisis al interior de ésta carrera para mejorar el grado de aceptación y dar impulso a esta unidad entre los estudiantes.

**6.8 Pregunta 8. ¿Cómo considera usted la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM?**

**TABLA N° 19**

FRECUENCIA	#Personas	%
1. Excelente	1	0,33%
2.	41	13,67%
3.	67	22,33%
4.	170	56,67%
5. Pésimo	21	7,00%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta	
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 8**



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta



**Análisis:** Del 100% de los encuestados el 0,33% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es Excelente, el 13,67% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM relativamente buena mientras que el 22,33% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es Ni buena ni mala, por otro lado el 56,67% opinan que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es Regular, y por último el 7,00% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es pésimo.

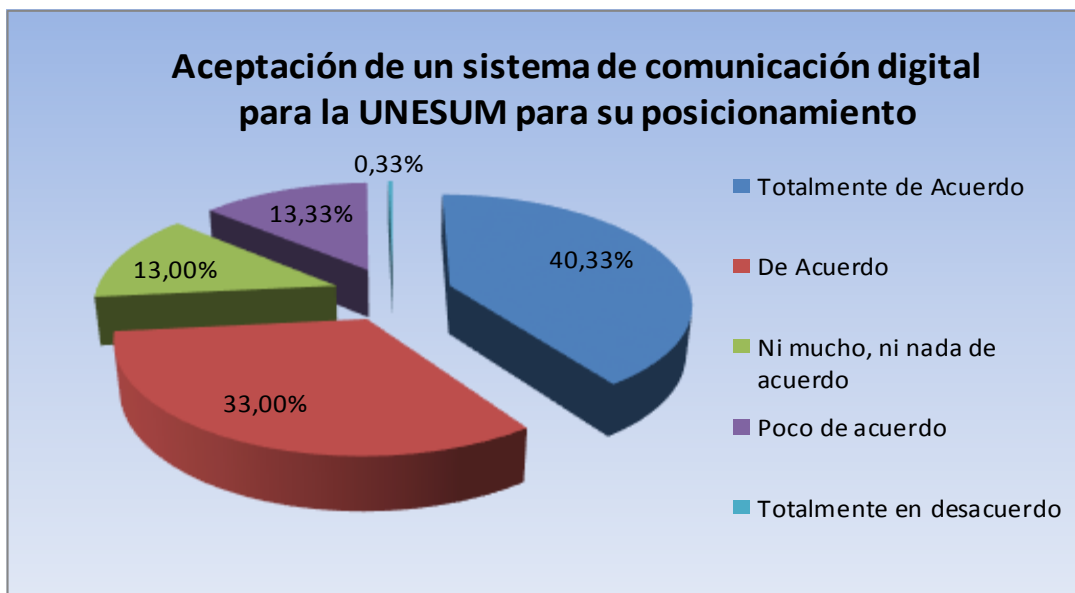
**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se deduce que un 56,67% y un 7 % piensan que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es regular y pésima respectivamente, valores que sumados superan el 60% siendo una proporción preocupante ya que da muy mala imagen al personal administrativo de la universidad, en cambio un 0,33% y un 13,67% dicen que es excelente y bueno respectivamente, valores que sumados no superan el 15% de los encuestados. Sus autoridades y especialmente el departamento de talento humano deben de preocuparse por lograr que la percepción que tiene la comunidad universitaria cambie para mejorar la imagen institucional.

**6.9 Pregunta 9. ¿Considera usted que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la Provincia de Manabí?**

**TABLA N° 20**

FRECUENCIA	#Personas	%
Totalmente de Acuerdo	121	40,33%
De Acuerdo	99	33,00%
Ni mucho, ni nada de acuerdo	39	13,00%
Poco de acuerdo	40	13,33%
Totalmente en desacuerdo	1	0,33%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 9**



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta

**Análisis:** Del 100% de los encuestados se obtiene que un 40,33% dicen que están totalmente de acuerdo en que sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la provincia de Manabí, un 33,00% en cambio dicen estar de Acuerdo en que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la provincia de Manabí, mientras que un 13,33% dicen que no están Ni Mucho Ni nada de acuerdo en que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la provincia de Manabí, por otro lado el 13,33% opinan que están poco de acuerdo en que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la provincia de Manabí.

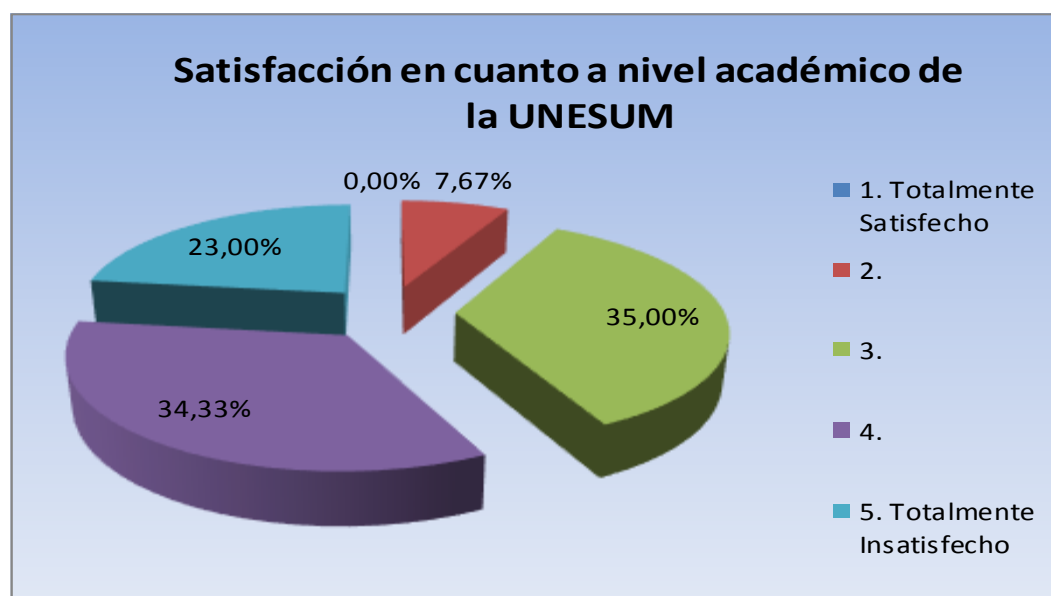
**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a la muestra de la población se deduce que un 40,33% y un 33 % de los encuestados están totalmente de acuerdo en que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la Provincia de Manabí, valores que sumados superan el 70% de los encuestados dando como conclusión que, este sistema es aceptado para su aplicación, cumpliéndose así el objetivo de este estudio tenemos otros valores que tienden a la parte negativa con respecto a esta pregunta pero son valores bajos que no afectan significativamente a esta investigación y sus propósitos.

**6.10 Pregunta 10. ¿Cómo estudiante usted se siente satisfecho con la calidad de estudios o el nivel académico impartidos por la UNESUM?**

**TABLA N° 21**

FRECUENCIA	#Personas	%
1. Totalmente Satisfecho	0	0,00%
2.	23	7,67%
3.	105	35,00%
4.	103	34,33%
5. Totalmente Insatisfecho	69	23,00%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta	
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 10**



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta

**Análisis:** Del 100% de los encuestados un 7,67% Dicen estar Satisfechos con la calidad de estudios o el nivel académico impartidos por la UNESUM, mientras que un 35,00% dicen estar ni satisfechos ni insatisfechos con la calidad de estudios o el nivel académico impartidos por la UNESUM, así mismo un 34,33% opinan que están Insatisfechos con la calidad de estudios o el nivel académico impartidos por la UNESUM, por otro lado un 23,00% dicen que están totalmente Insatisfecho con la calidad de estudios o el nivel académico impartidos por la UNESUM.

**Interpretación:** En base a los datos obtenidos por medio de las encuestas aplicadas se puede deducir que tan solo un 7,67% están satisfechos con la calidad de estudios o del nivel académico impartidos en la UNESUM, valor que relativamente es bajo y que afecta sobremanera a la universidad ya que es necesario que este valor sea mucho más alto y significativo; por otro lado en cambio se puede ver que un 34,33% y un 23 % están insatisfechos y totalmente insatisfechos respectivamente, situación que la universidad debe atender ya que se trata de su imagen en el mercado y debe urgentemente aplicar soluciones para cambiar esta mala reputación que se ha generado en la provincia. Sus autoridades académicas deben de atender éste tipo de requerimientos y empezar estratégicamente a solucionarlo.

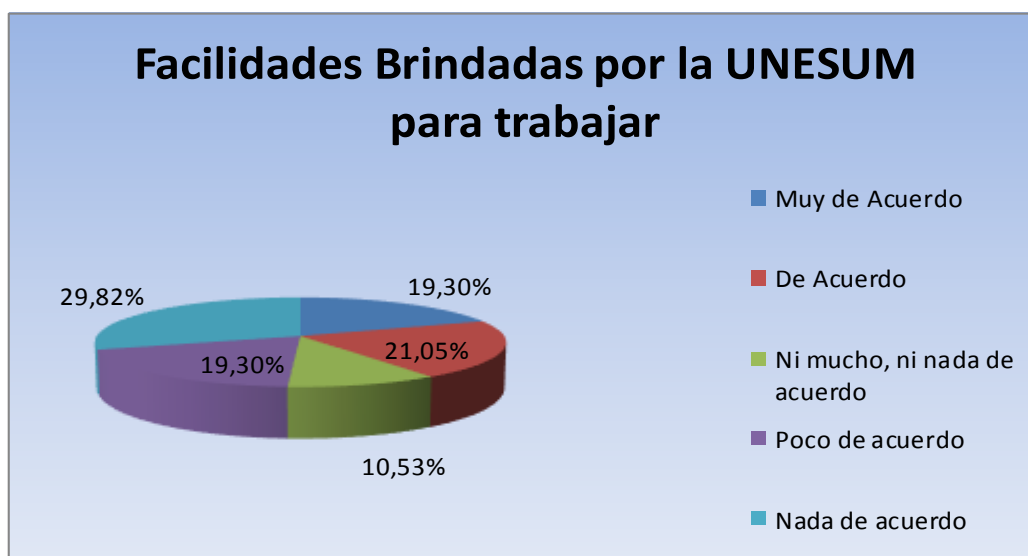
## 7. ANÁLISIS DE RESULTADOS CLIENTES INTERNOS

**7.1 Pregunta 1. ¿Considera usted que la UNESUM le brinda todas las comodidades y las facilidades para realizar su trabajo?**

**TABLA N° 22**

FRECUENCIA	#Personas	%
Muy de Acuerdo	11	19,30%
De Acuerdo	12	21,05%
Ni mucho, ni nada de acuerdo	6	10,53%
Poco de acuerdo	11	19,30%
Nada de acuerdo	17	29,82%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 11**



**Elaborado por:** Econ. María Leonor Parrales Poveda  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 19,30% de los encuestados indica que están Muy de acuerdo en que la UNESUM brinda todas las comodidades y las facilidades para realizar el trabajo Encomendado, el 21,05% dicen estar de Acuerdo en que la UNESUM brinda todas las comodidades y las facilidades para realizar el trabajo encomendado, por otro lado un 10,53% dicen estar ni mucho ni nada de acuerdo en que la UNESUM le brinda todas las comodidades y las facilidades para realizar su trabajo, mientras que el 19,30% dicen que están poco de acuerdo en que la UNESUM les brinda todas las comodidades y las facilidades para realizar su trabajo, y un 29,82% dicen que están Nada de acuerdo en que la UNESUM les brinda todas las comodidades y las facilidades para realizar su trabajo.

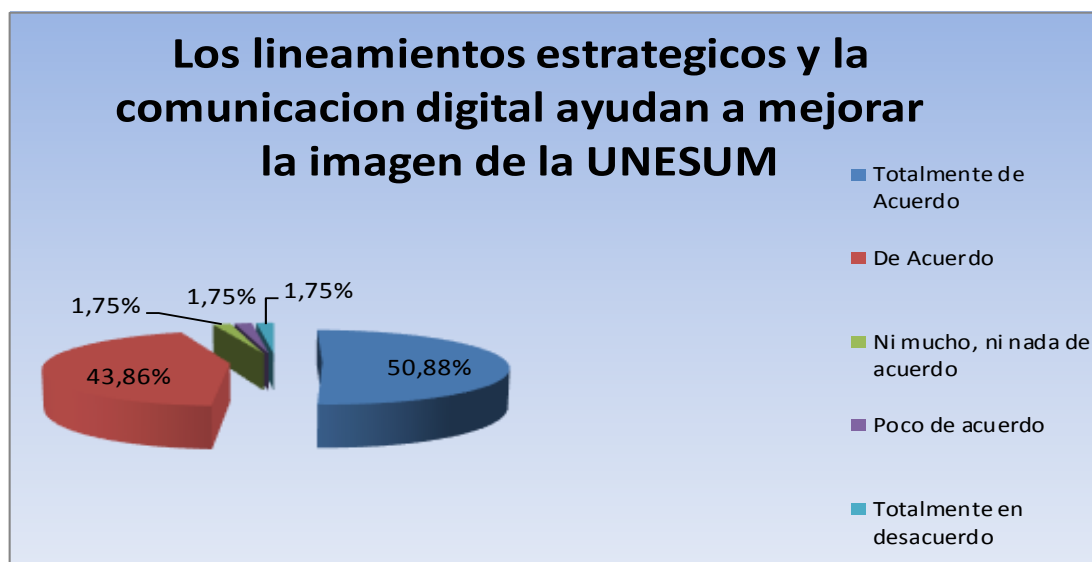
**Interpretación:** Se puede ver que un 19,30% y un 21,05%, son valores que sumados llegan al 40% de los empleados, ellos están de acuerdo en que la UNESUM brinda todas las facilidades para trabajar, lo que quiere decir que estos empleados están satisfechos con la forma en que procede la universidad en cuanto a la dotación que necesitan para realizar su trabajo diario, pero sin embargo este es un valor menor al 50% de los encuestados, lo que podría estar en riesgo bajar más esta perspectiva para lo cual la UNESUM debe actuar de manera rápida para subir este valor y mejorar sus relaciones con los empleados y administrativos; mientras que un 19,30% y un 29,82% que son valores que sumados llegan al 48% de los encuestados en cambio no están nada de acuerdo en que la UNESUM brinda todas las facilidades para trabajar, situación que como se puede ver está con tendencia a seguir empeorando, además que este valor casi llega al 50% de los encuestados lo que viene siendo preocupante y lo más lógico es que se actúe de inmediato para mejorar los servicios internos y lograr que sus empleados estén satisfechos en su mayoría para que desarrollen sus labores con entusiasmo y sentido de pertenencia.

**7.2 Pregunta 2. ¿Considera usted que un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital ayudarán a la UNESUM a mejorar la categoría y su imagen en la provincia y a nivel nacional?**

**TABLA N° 23**

FRECUENCIA	#Personas	%
Totalmente de Acuerdo	29	50,88%
De Acuerdo	25	43,86%
Ni mucho, ni nada de acuerdo	1	1,75%
Poco de acuerdo	1	1,75%
Totalmente en desacuerdo	1	1,75%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 12**



**Elaborado por:** Econ. María Leonor Parrales Poveda

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** Del 100% de los encuestados El 50,88% considera que están Muy de Acuerdo en que un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital ayudarán a la UNESUM a mejorar la categoría y su imagen en la provincia



y a nivel nacional, Mientras que el 42,12% en cambio opinan que están de Acuerdo en que un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital ayudarán a la UNESUM a mejorar la categoría y su imagen en la provincia y a nivel nacional, estos dos valores suman el 100% de los encuestados por lo que se puede decir que las otras opciones no son tomadas en cuenta por los encuestados.

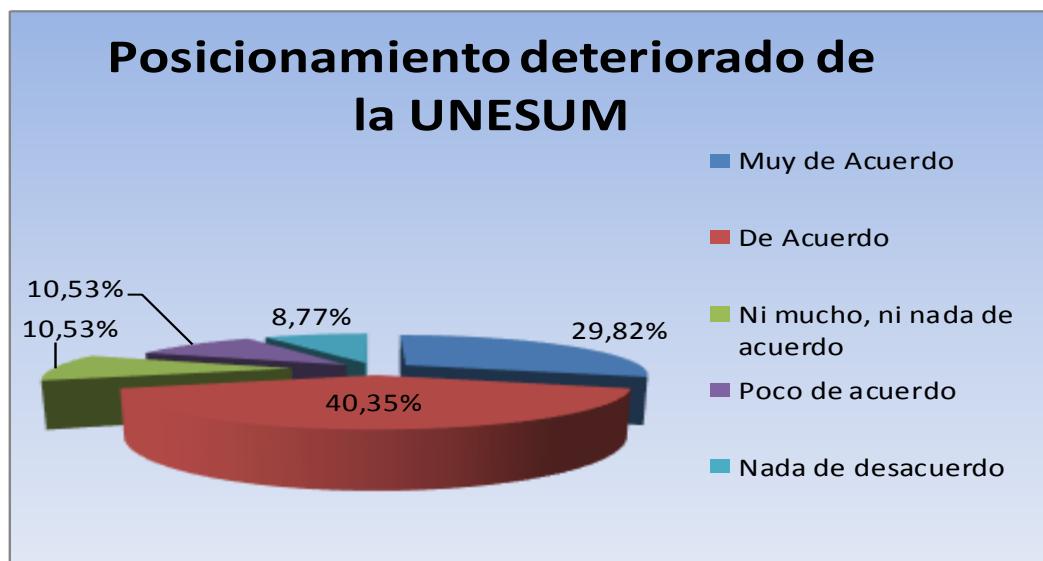
**Interpretación:** según los resultados obtenidos se puede analizar que prácticamente el 100% de los encuestados están de acuerdo en que un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital ayudarán a la UNESUM a mejorar su categoría e imagen a nivel nacional y provincial, por lo que las autoridades de la UNESUM tienen que tomar muy en cuenta la opinión de la sociedad estudiantil y acceder a la aplicación de este Plan para poder mejorar su categoría y su imagen.

### 7.3 Pregunta 3. ¿Considera usted que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado?

**TABLA N° 24**

FRECUENCIA	#Personas	%
Muy de Acuerdo	17	29,82%
De Acuerdo	23	40,35%
Ni mucho, ni nada de acuerdo	6	10,53%
Poco de acuerdo	6	10,53%
Nada de desacuerdo	5	8,77%
TOTAL	57	100,00%
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

GRÁFICO N° 13



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta

**Análisis:** El 29,82% del 100% de los encuestados consideran que están muy de acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado; mientras que el 40,35% de los encuestados dicen estar de Acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado; por otro lado el 10,53% de los encuestados en cambio dicen que están Ni mucho ni nada de Acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado, Además otro 10,53% de los encuestados opinan que están Poco de acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado; por ultimo un 8,77% de los encuestados dicen estar Nada de acuerdo en que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado.

**Interpretación:** Según los datos obtenidos se puede analizar que un 29,82% y un 40,35% que superan el 70% de los encuestados dicen estar Muy de Acuerdo y de acuerdo respectivamente en que el nivel de reconocimiento o

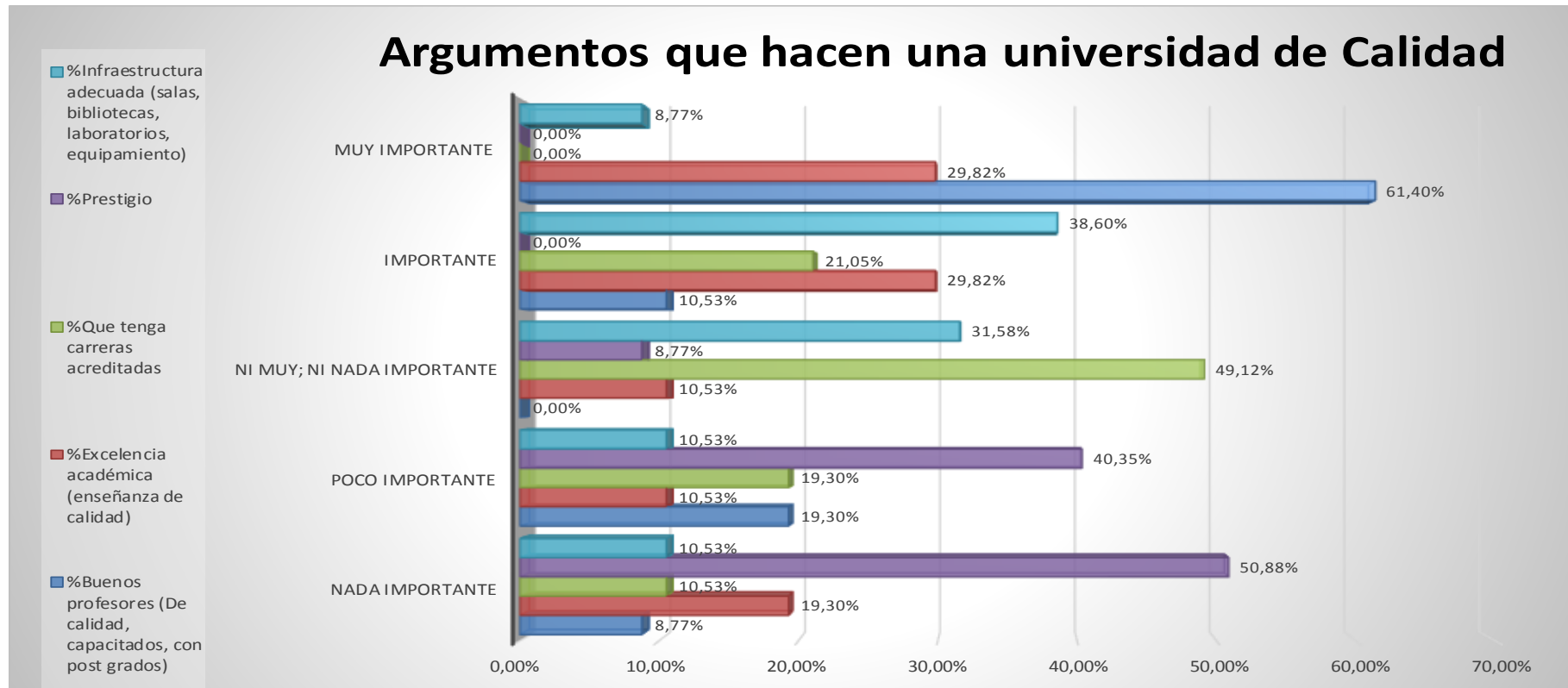
posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado, por lo que las autoridades de la universidad deben tomar decisiones y lineamientos estratégicos que permitan mejorar la percepción que tiene la sociedad sobre su imagen y posicionarla como la mejor del perfil manabita.

**7.4 Pregunta 4. ¿Según su criterio qué hace que una institución de Educación Superior sea de excelencia y calidad?**

**TABLA N° 25**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>Buenos profesores (De calidad, capacitados, con post grados)</b>	<b>Excelencia académica (enseñanza de calidad)</b>	<b>Que tenga carreras acreditadas</b>	<b>Prestigio</b>	<b>Infraestructura adecuada (salas, bibliotecas, laboratorios, equipamiento)</b>	<b>%Buenos profesores (De calidad, capacitados, con post grados)</b>	<b>%Excelencia académica (enseñanza de calidad)</b>	<b>%Que tenga carreras acreditadas</b>	<b>%Prestigio</b>	<b>%Infraestructura adecuada (salas, bibliotecas, laboratorios equipamiento)</b>
<b>Nada Importante</b>	5	11	6	29	6	8,77%	19,30%	10,53%	50,88%	10,53%
<b>Poco Importante</b>	11	6	11	23	6	19,30%	10,53%	19,30%	40,35%	10,53%
<b>Ni muy; Ni nada Importante</b>	0	6	28	5	18	0,00%	10,53%	49,12%	8,77%	31,58%
<b>Importante</b>	6	17	12	0	22	10,53%	29,82%	21,05%	0,00%	38,60%
<b>Muy importante</b>	35	17	0	0	5	61,40%	29,82%	0,00%	0,00%	8,77%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta									
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda									

GRÁFICO N° 14



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Del 100% de los encuestados notamos que el 8,77%, el 19,30%, el 10,53%, Y el 61,40%, dicen que los buenos Profesores capacitados con post grados son es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente argumentos para valorar una universidad, mientras que el 19,30%, el 10,53%, el 10,53%, el 29,82% y el 29,82% dicen que la Excelencia académica (enseñanza de calidad) es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente un argumento para valorar una Universidad, Así mismo el 10,53%, el 19,30%, el 42,19% y el 21,05% dicen que tener carreras acreditadas es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente es un argumento para valorar una universidad; por otro lado el 50,88%, el 40,35%, y el 8,77% dicen que el Prestigio es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente es un argumento para valorar una Universidad: y por último el 10,53%, el 10,53%, el 31,58%, el 38,60% y el 8,77% dicen que la Infraestructura adecuada (salas, bibliotecas, laboratorios, equipamiento) es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente como argumento para valorar una Universidad.

**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se puede interpretar que de la totalidad de los encuestados un 10,53%, y un 61,40%, valores que sumados superan el 70 %, opinan que los Buenos profesores (De calidad, capacitados, con post grados) son un importante y un muy importante respectivamente argumento para valorar una Universidad al momento de decidir en dónde estudiar, situación que la UNESUM debe tomar muy en cuenta ya que su personal docente debe contar con esta condición académica para mejorar la calidad de educación brindada. Así mismo tenemos un 29,82% que dicen que es Importante y un 29,82% que opinan que es Muy importante la excelencia académica como un argumento para valorar una universidad, siendo este un porcentaje importante ya que si estos se suman superan el 55% de los encuestados lo que obliga a tomar en cuenta este punto que podría ser mejorado para cambiar la imagen de la universidad; por otro lado se observa un valor sumado que da algo más de un 46% que en cambio piensan que

la infraestructura adecuada es Importante para valorar una universidad, existen otros valores en la tabla mismos que tienden a la baja lo que hace que se consideren irrelevante para este estudio pero que sin embargo se los debe tomar en cuenta, pero al no ser valores significativos , se ha procedido a tomar los valores más importantes para este estudio.

**7.5 Pregunta 5. ¿Cree usted que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que esta realiza?**

**TABLA N° 26**

FRECUENCIA	#Personas	%
1. Muy de Acuerdo	6	10,53%
2.	17	29,82%
3.	11	19,30%
4.	6	10,53%
5. Nada de Acuerdo	17	29,82%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 15**



**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**  
**Fuente: Encuesta**

**Análisis:** El 10,53% de los encuestados indica que están muy de acuerdo en que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que esta realiza; mientras que un 29,82% de los encuestados opinan que están de Acuerdo en que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que esta realiza; Así mismo el 10,30% de los encuestados dicen estar ni de acuerdo ni nada de acuerdo en que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que esta realiza; Además un 10,53% de los encuestados dicen en cambio que están poco de acuerdo en que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que esta realiza; y por ultimo un 29,82% de los encuestados dicen estar Nada de acuerdo en que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que esta realiza.

**Interpretación:** De acuerdo con los datos se tiene que algo más del 40% de los encuestados están de acuerdo con que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que ésta realiza, valor que no llega a más de la mitad de la muestra de estudio pero no deja de ser importante ya que es un valor considerable, Así mismo se puede apreciar que existen dos valores con tendencia negativa con respecto a esta pregunta que llega a algo más del 30% de los encuestados que dicen estar poco y nada de acuerdo con que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que ésta realiza, este valor es relativamente bajo pero no deja de ser importante puesto que son personas que piensan que la universidad no cuenta con este sistema para que le ayude en sus decisiones, lo que viene siendo perjudicial para la misma ya que afecta su imagen y posicionamiento como institución.

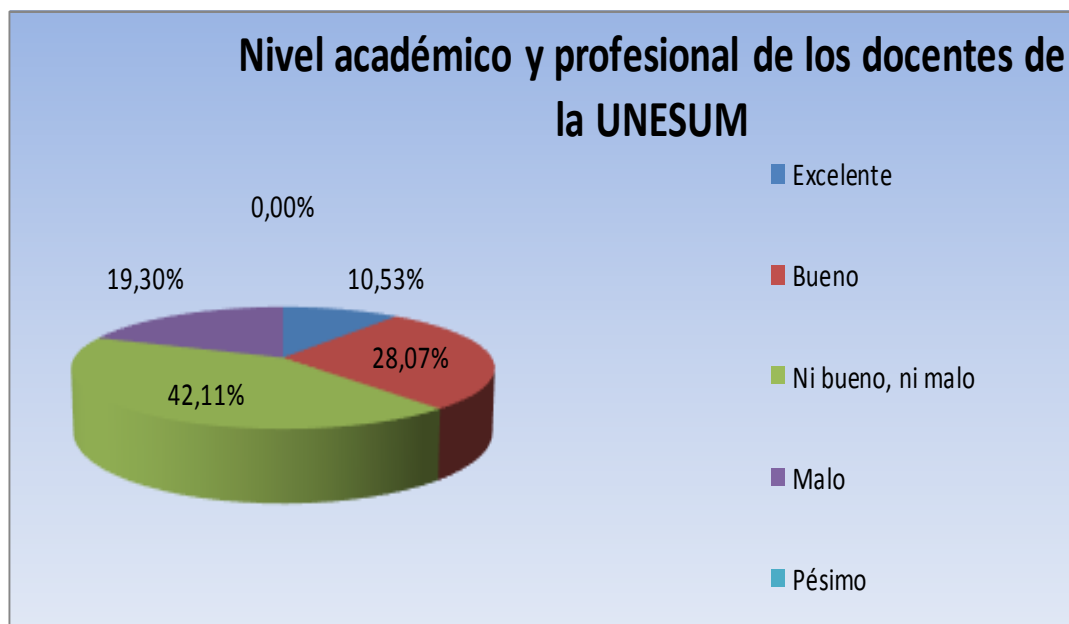


**7.6 Pregunta 6. ¿Cómo considera usted el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM?**

**TABLA N° 27**

FRECUENCIA	#Personas	%
Excelente	6	10,53%
Bueno	16	28,07%
Ni bueno, ni malo	24	42,11%
Malo	11	19,30%
Pésimo	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 16**



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta

**Análisis:** El 10,53% de los encuestados considera que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es Excelente, el 28,07% indican que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es bueno, mientras que el 42,11% en cambio creen que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM Ni bueno ni malo, por otro lado el 19,30% opinan que el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM es regular.

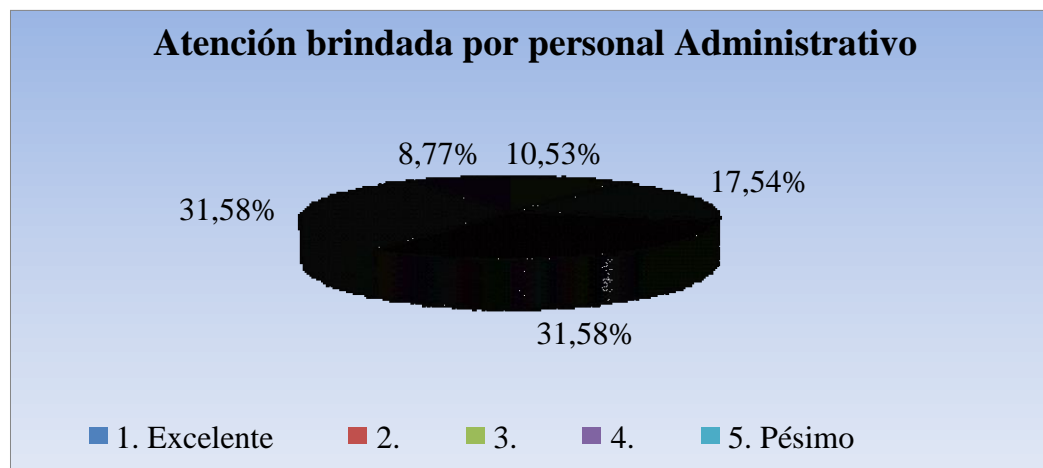
**Interpretación:** De acuerdo con los datos se tiene que un 10,53% y un 28,07% que sumados no llegan al 40% de los encuestados piensan que los docentes de la UNESUM necesitan actualizar sus conocimientos académicos para mejorar su calidad como profesionales, pero sin embargo este valor no deja de ser importante ya que estas personas opinan que el personal docente no tiene las condiciones académicas necesarias para ser docentes en la universidad, siendo un tema por analizar por parte de las autoridades que debe evaluar a su personal docente y tratar de que este mejore sus condiciones académicas para cambiar esta mala imagen; además esto genera inseguridad en los estudiantes haciendo que puedan tomar otra opción de estudio. Por este motivo la universidad debe capacitar urgentemente a sus docentes para cambiar esta mala reputación de su personal, los otros valores representan a las personas que piensan que el personal docente no necesita mejorar su nivel académico, pero son valores relativamente bajos.

**7.7 Pregunta 7. ¿Cómo considera usted la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM tanto a la sociedad como al personal interno?**

**TABLA N° 28**

FRECUENCIA	#Personas	%
1. Excelente	6	10,53%
2.	10	17,54%
3.	18	31,58%
4.	18	31,58%
5. Pésimo	5	8,77%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 17**



**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**

**Fuente: Encuesta**

**Análisis:** Del 100% de los encuestados el 10,53% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es Excelente, el 17,54% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM relativamente buena mientras que el 31,58% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es Ni buena ni mala, por otro lado el 31,58% opinan que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es Regular, y por último el 8,77% dicen que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es pésimo.

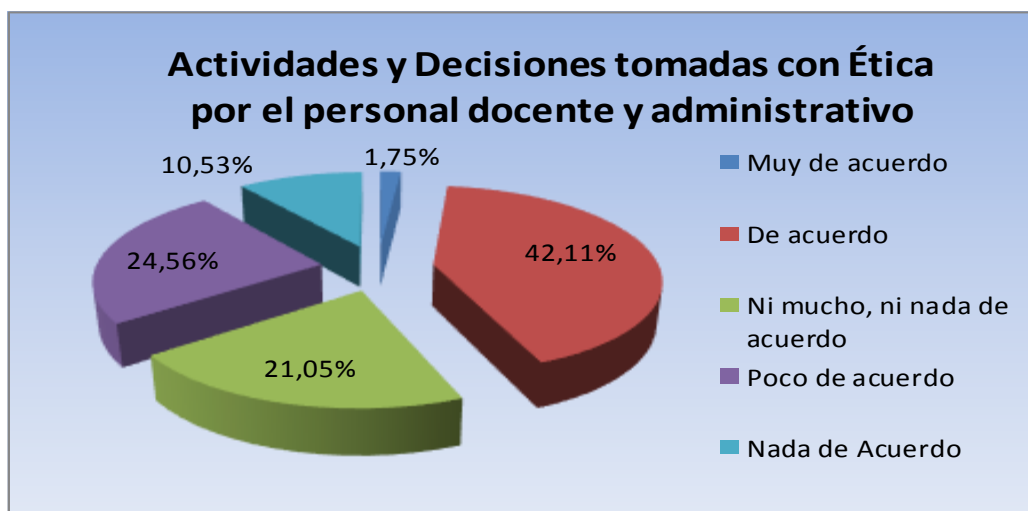
**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se deduce que un 31,58% y un 8,77% piensan que la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM es regular y pésimo respectivamente, valores que sumados superan el 40% siendo un porcentaje preocupante ya que da muy mala imagen al personal administrativo de la universidad, en cambio, un 10,53% y un 17,54% dicen que es Excelente y bueno respectivamente, valores que sumados no superan el 30% de los encuestados, siendo éste tema de especial atención ya que por un lado los procesos deben de automatizarse y ser capacitados técnica y humanísticamente para que quienes los operen ofrezcan un mejor servicio y atención a la sociedad y comunidad universitaria, sólo de ésta manera se logrará cambiar esa imagen tan deteriorada y venida a menos que se tiene de la institución.

**7.8 Pregunta 8. ¿Considera usted que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones?**

**TABLA N° 29**

FRECUENCIA	#Personas	%
Muy de acuerdo	1	1,75%
De acuerdo	24	42,11%
Ni mucho, ni nada de acuerdo	12	21,05%
Poco de acuerdo	14	24,56%
Nada de Acuerdo	6	10,53%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>
FUENTE:	Encuesta	
ELABORADO POR:	Econ. María Leonor Parrales Poveda	

**GRÁFICO N° 18**



**Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda**  
**Fuente: Encuesta**

**Análisis:** Del 100% de los encuestados el 1,75% dicen que están muy de acuerdo en que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones; el 42,11% dicen que están de acuerdo en que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones; mientras que el 21,05% dicen que están ni mucho ni nada de acuerdo en que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones; por otro lado el 24,56% opinan que están poco de acuerdo en que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones; y por último el 10,53% dicen que están nada de acuerdo en que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones.

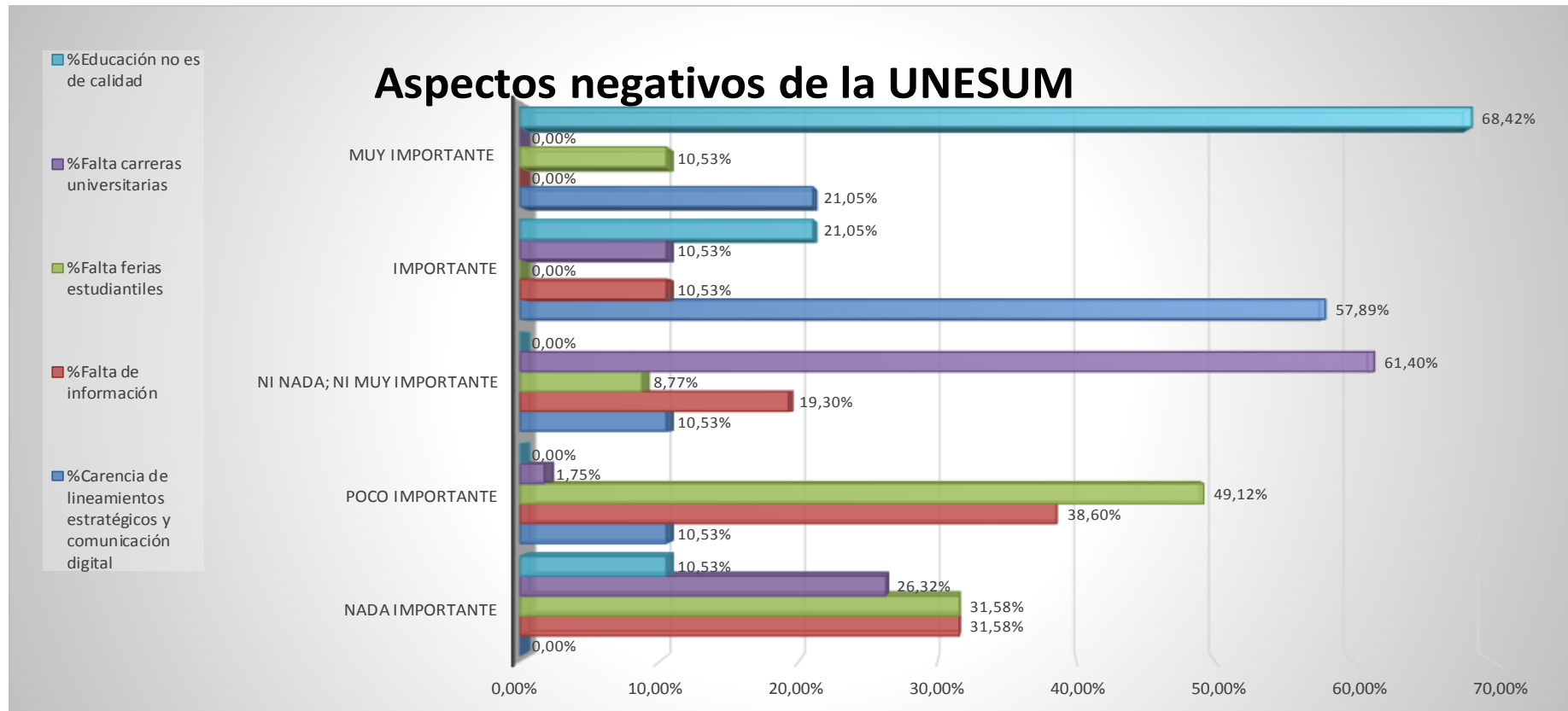
**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se deduce que un 24,56% y un 10,53% están poco de acuerdo y nada de acuerdo respectivamente, que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones; valores que sumados superan el 35% siendo un porcentaje preocupante ya que da muy mala imagen al personal administrativo y al cuerpo docente de la universidad; en cambio un 1,75% y un 42,11% dicen que están muy de acuerdo y de acuerdo respectivamente en que las autoridades de la UNESUM, sus docentes y su personal proceden con normas éticas en todas sus actividades y decisiones, así mismo valores que sumados superan el 40% de los encuestados dan una respuesta positiva con respecto a esta pregunta pero sin olvidar que hay un porcentaje considerable que se tiene que eliminar porque las universidades y quienes la integran deben ser portadores de valores y principios en todos sus actos y hacerlos trascendentes a sus estudiantes que son el producto formado y que será entregado a la sociedad para que la transforme con amor, lealtad y responsabilidad social.

**7.9 Pregunta 9. Como miembro universitario ¿Cuáles son para usted los aspectos NEGATIVOS que tiene la UNESUM?**

**TABLA N° 30**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital</b>	<b>Falta de información</b>	<b>Falta ferias estudiantiles</b>	<b>Falta carreras universitarias</b>	<b>Educación no es de calidad</b>	<b>%Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital</b>	<b>%Falta de información</b>	<b>%Falta ferias estudiantiles</b>	<b>%Falta carreras universitarias</b>	<b>%Educación no es de calidad</b>
<b>Nada Importante</b>	0	18	18	15	6	0,00%	31,58%	31,58%	26,32%	10,53%
<b>Poco Importante</b>	6	22	28	1	0	10,53%	38,60%	49,12%	1,75%	0,00%
<b>Ni nada; Ni muy Importante</b>	6	11	5	35	0	10,53%	19,30%	8,77%	61,40%	0,00%
<b>Importante</b>	33	6	0	6	12	57,89%	10,53%	0,00%	10,53%	21,05%
<b>Muy importante</b>	12	0	6	0	39	21,05%	0,00%	10,53%	0,00%	68,42%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta									
<b>ELABORADO POR:</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda									

GRÁFICO N° 19



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: Encuesta



**Análisis:** Del 100% de los encuestados notamos que el 10,53%, el 10,53%, el 57,89%, y el 21,05% , dicen que es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente que la Carencia de lineamientos estratégicos es un aspecto negativo de la UNESUM, mientras que el 31,58%, el 38,60%, el 19,30%, y el 10,53% dicen que es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente que la falta de información es un aspecto negativo de la UNESUM; Así mismo el 31,58%, el 49,12%, el 8,77%, y el 10,53% dicen que es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente que la Falta de ferias estudiantiles es un aspecto negativo de la UNESUM; por otro lado el 26,32%, el 1,75%, el 61,40% , y el 10,53% % dicen que es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente que la Falta de carreras universitarias es un aspecto negativo de la UNESUM; y por último el 10,53%, el 21,05%, y el 68,42% dicen que es Muy Importante, Importante, Ni muy; Ni nada Importante, poco importante y Nada importante respectivamente que la Educación de baja calidad es un aspecto negativo de la UNESUM.

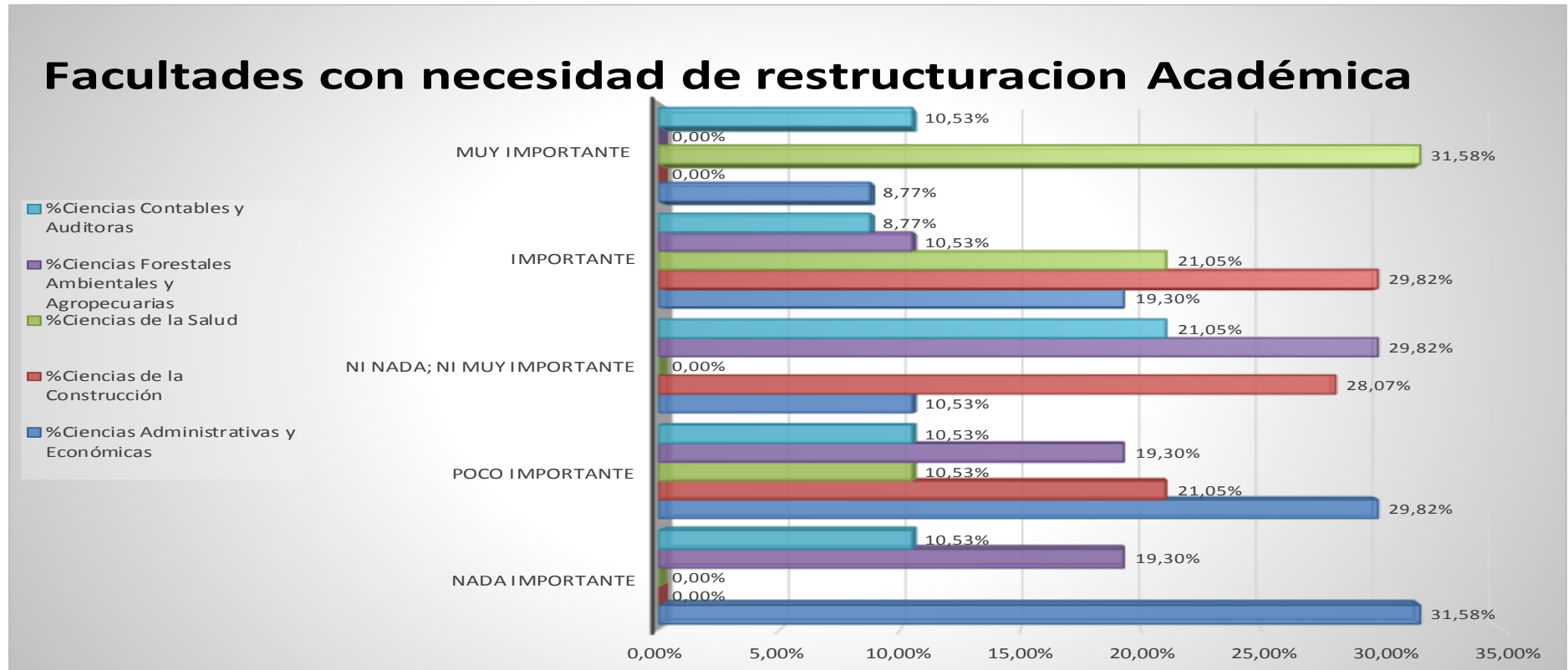
**Interpretación:** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se puede interpretar que de la totalidad de los encuestados un 21,05%, y un 57,89%, valores que sumados superan el 70,00% de los encuestados opinan que la carencia de lineamientos estratégicos es uno de los aspectos negativos en la universidad que tienen una consideración de importante, por lo que la UNESUM debe urgentemente aplicar un Plan para mejorar l y cambiar este aspecto que es considerado negativo, además se detecta que un 21,05% y un 68,42% valores que sumados superan el 85% de los encuestados, creen que la educación no es de calidad, consideraciones que deben de ser tomadas en cuenta por las autoridades para corregir acciones y mejorar la calidad y pertinencia de la educación que se da en sus aulas y en el Proceso Enseñanza Aprendizaje, dando así cumplimiento a lo que dispone la Carta Magna, LOES y Reglamento de Régimen Académico, entro otros para las Instituciones de Educación Superior.

**7.10 Pregunta 10. De las siguientes Unidades de la UNESUM ¿Para usted cuál de ellas considera que necesita más atención en cuanto a reestructuración académica se refiere?**

**TABLA N° 31**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>Ciencias Administrativas y Económicas</b>	<b>Ciencias de la Construcción</b>	<b>Ciencias de la Salud</b>	<b>Ciencias Forestales Ambientales y Agropecuarias</b>	<b>Ciencias Informáticas y Sistemas</b>	<b>Eco turismo</b>	<b>Ciencias Contables y Auditorías</b>	<b>%Ciencias Administrativas y Económicas</b>	<b>%Ciencias de la Construcción</b>	<b>%Ciencias de la Salud</b>	<b>%Ciencias Forestales Ambientales y Agropecuarias</b>	<b>%Ciencias Informáticas y Sistemas</b>	<b>%Eco turismo</b>	<b>%Ciencias Contables y Auditorías</b>
<b>Nada Importante</b>	18	0	0	11	6	11	11	31,58%	0,00%	0,00%	19,30%	10,53%	19,30%	10,53%
<b>Poco Importante</b>	17	12	6	11	6	0	5	29,82%	21,05%	10,53%	19,30%	10,53%	0,00%	10,53%
<b>Ni nada; Ni Muy Importante</b>	6	16	0	17	12	6	0	10,53%	28,07%	0,00%	29,82%	21,05%	10,53%	21,05%
<b>Importante</b>	11	17	12	6	5	0	6	19,30%	29,82%	21,05%	10,53%	8,77%	0,00%	8,77%
<b>Muy importante</b>	5	0	18	0	6	0	28	8,77%	0,00%	31,58%	0,00%	10,53%	0,00%	10,53%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>45</b>	<b>36</b>	<b>45</b>	<b>35</b>	<b>17</b>	<b>50</b>	<b>100,00%</b>	<b>78,95%</b>	<b>63,16%</b>	<b>78,95%</b>	<b>61,40%</b>	<b>29,82%</b>	<b>61,40%</b>
<b>FUENTE:</b>	Encuesta													
<b>ELABORADOPOR</b>	Econ. María Leonor Parrales Poveda													

GRÁFICO N° 20



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Del 100% de los encuestados notamos que el 31,58%, el 29,82%, el 10,53%, el 19,30%, y el 8,77% dicen que la Unidad de Ciencias Administrativas y Económicas es nada Importante, poco importante, Ni nada ,ni muy importante, importante, muy Importante respectivamente que ésta se reestructure Académicamente, mientras que el 21,05%, el 28,07%, el 29,82%, indican que la Unidad de Ciencias de la construcción es nada Importante, poco importante, Ni nada ,ni muy importante, importante, muy Importante respectivamente que esta se reestructure Académicamente; Así mismo el 10,53%, el 21,05%, el 31,58% expresan que la Unidad de Ciencias de la Salud es nada Importante, poco importante, Ni nada ,ni muy importante, importante, muy Importante respectivamente que esta se reestructure Académicamente; por otro lado el 19,30%, el 19,30%, el 29,82% , el 10,53% dicen que la Unidad de Ciencias forestales Ambientales y Agropecuarias es nada Importante, poco importante, Ni nada ,ni muy importante, importante, muy Importante respectivamente que esta se reestructure Académicamente; Además el 27 %, el 20%, el 20 %, el 6,33% y el 26,67% opinan que la Unidad de Ciencias Informáticas y Sistemas es nada Importante, poco importante, Ni nada ,ni muy importante, importante, muy Importante respectivamente que esta se reestructure Académicamente, así mismo el 19,30%, 10,53% de los encuestados consideran que la Unidad de Turismo es nada Importante, poco importante, Ni nada ,ni muy importante, importante, muy Importante respectivamente que esta se reestructure Académicamente, y un el 10,53%, el 10,53%, el 21,05 %, 8,77%, 10,53% enuncian que la Unidad de Ciencias Contables y Auditoras es nada Importante, poco importante, Ni nada ,ni muy importante, importante, muy Importante respectivamente que esta se reestructure Académicamente.

**Interpretación :** En base a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta se puede interpretar que de la totalidad de los encuestados un 21,05 %, y un 31,58%, valores que sumados totalizan un 52 % opinan que la Unidad de Ciencias de la salud debe urgentemente reestructurar su nivel académico, pues es deducible que esta facultad necesita de una educación de calidad ya que es muy

importante al tratarse de la salud de los seres humanos, ésta debe contar con docentes acordes al perfil de la carrera porque actualmente cuenta con profesionales que no son del área específica en salud o laboratorio clínico se debe de incrementar su espacio físico porque cuenta con el mayor número de estudiantes y que actualmente en el periodo mayo-octubre 2014 supera los 1000 estudiantes, entre otros aspectos. Así mismo un 31,58% y un 29,82% valores que sumados superan el 60% de los encuestados expresan que la Unidad de Ciencias administrativas y económicas se encuentra en muy buen nivel de educación lo que nos hace deducir que según el criterio de los encuestados existen algunas Unidades que no necesitan de esta reforma o si las necesitan sus necesidades son relativamente menores. En el caso de la Unidad de Ecoturismo que presenta un 10,53% de personas que se muestran imparciales en cuanto a este tema, lo que es indicadores de indiferencia, rechazo o tal vez desinterés dado que no cuenta con una infraestructura propia.

#### **7.1.1 Nivel de Significación**

El nivel de significación con el que se va a trabajar es el 5%.

#### **7.1.2 Elección de la prueba estadística**

Para verificar la hipótesis se escogió la herramienta de  $\chi^2$  ji cuadrada.

$$\chi^2 = \sum \left( \frac{(O-E)^2}{E} \right)$$

O  $\rightarrow$  Datos observados

E  $\rightarrow$  Datos esperados

#### **Preguntas:**

(Encuesta clientes Externos).

**2. \*¿Considera usted que un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital ayudarán a la UNESUM a mejorar la categoría y su imagen en la provincia y a nivel nacional? (Encuesta clientes internos).**

9. \*¿Considera usted que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la provincia de Manabí? (Encuesta clientes Externos).

### 7.1.3 Datos observados

**TABLA N° 32**

Preguntas	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni mucho, ni nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	TOTAL
2. *¿Considera usted que un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital ayudarán a la UNESUM a mejorar la categoría y su imagen en la provincia y a nivel nacional?	29	25	1	1	1	57
9. *¿Considera usted que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la provincia de Manabí?	121	99	39	40	1	300
<b>TOTAL</b>	150	124	40	41	2	357

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta

### 7.1.4 Grados de libertad

Gl = (F-1) (C-1)	Dónde:
Gl = (2-1) (5-1)	Gl → Grados de libertad
Gl = (1) (4)	F → Filas de la tabla
Gl = 4	C → Columnas de la tabla

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: Encuesta

Grado de libertad = 4 Nivel de significancia = 0,05 →

### 7.1.5 Valor de la tabla

Calculado el grado de libertad se establece una relación con el nivel de significancia y da un valor de:  $\chi^2_t = 9,488$

**TABLA N° 33**

<b>Tabla de la distribución del Chi-cuadrado</b>			
<b>g</b>	<b>0,001</b>	<b>0,025</b>	<b>0,05</b>
<b>1</b>	10,827	5,024	3,841
<b>2</b>	13,815	7,378	5,991
<b>3</b>	16,266	9,348	7,815
<b>4</b>	18,466	11,143	<b>9,488</b>
<b>5</b>	20,515	12,832	11,07
<b>6</b>	22,457	14,449	12,592
<b>7</b>	24,321	16,013	14,067
<b>8</b>	26,124	17,535	15,507
<b>9</b>	27,877	19,023	16,919
<b>10</b>	29,588	20,483	18,307

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: UNESUM

### 7.1.6 Datos esperados

**TABLA N° 34**

	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni mucho, ni nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	TOTAL
3. ¿Considera usted como talento humano, que posee los conocimientos y habilidades necesarios para el puesto que ejerce en la empresa?	23,95	19,80	6,39	6,55	0,32	57
5. ¿Para usted como talento humano de la empresa considera que los valores son importantes para el crecimiento de la empresa?	126,05	104,20	33,61	34,45	1,68	300
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>124</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>2</b>	<b>357</b>

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: UNESUM

### 7.1.7 Análisis de frecuencias observadas con esperados

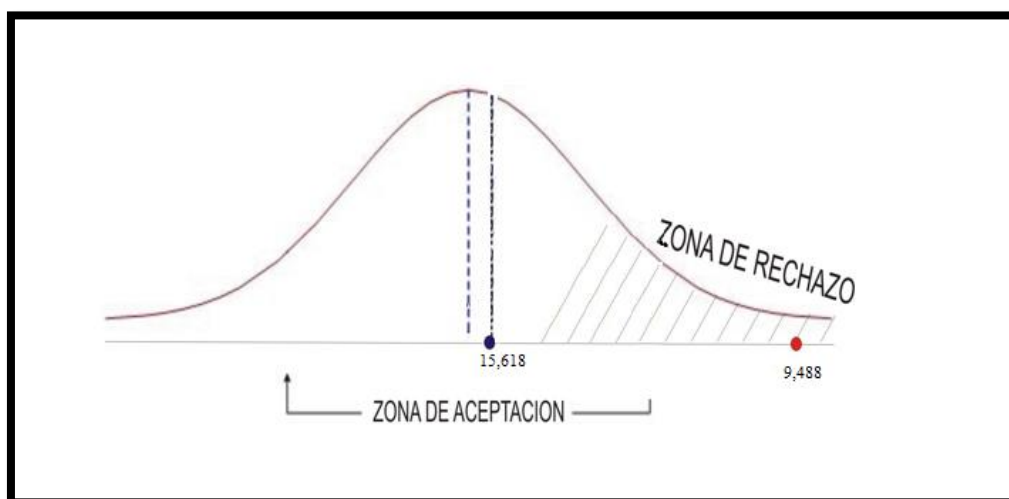
**TABLA N° 35**

O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> / E
29	23,95	5,05	25,51	1,07
25	19,80	5,20	27,06	1,37
1	6,39	-5,39	29,01	4,54
1	6,55	-5,55	30,76	4,70
1	0,32	0,68	0,46	1,45
121	126,05	-5,05	25,51	0,20
99	104,20	-5,20	27,06	0,26
39	33,61	5,39	29,01	0,86
40	34,45	5,55	30,76	0,89
1	1,68	-0,68	0,46	0,28
<b>TOTAL</b>				<b>15,618</b>

Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  $\chi^2_c = 15,618$   
Fuente: UNESUM

## 8. GRÁFICO DE LA VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

**GRÁFICO N° 21**



Elaborado por: Econ. María Leonor Parrales Poveda  
Fuente: UNESUM



### **8.1 Conclusión de la Hipótesis**

El valor de  $X^2_t = 9,488 < X^2_c = 15,618$ ; revela que de acuerdo a la regla de aceptación establecida se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ).

Por lo tanto se puede concluir que El plan de diseño de lineamientos estratégicos y de comunicación digital si permitirá mejorar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

## **CAPÍTULO IV**

### **1. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS Y DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.**

Anticipando una relevante conclusión consecuencia del estudio y del análisis realizado por la autora, se puede afirmar que el diseño de lineamientos estratégicos y de comunicación digital, si permitirá mejorar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, siempre que las máximas autoridades de la Institución reconozcan la importancia de la crisis y definan desde su máximo organismo, un conjunto de lineamientos estratégicos sobre la gestión misma institucional y de los sistemas de información y comunicación digital, que sostengan y amplifiquen el cambio.

Estos lineamientos estratégicos de comunicación tienen especial urgencia cuando la Universidad está expuesta a procesos de cambios drásticos y sensibles para su propia vida institucional más aún, cuando la Universidad está atravesando un proceso de cambio estructural y drástico con fuertes mecanismos de presión y de seguimiento tanto por el CES y el CEAACES, no solo cumpliendo indicadores, plazos y resultados sino que además está siendo visibilizada en este desenlace y transición por toda la sociedad; considerando que sus decisiones o acciones repercuten directamente en el desarrollo social, productivo y económico de la provincia.

Se trata entonces de administrar acertadamente la información y la comunicación interna y externa para transparentar la gestión institucional y generar no solo una imagen positiva, sino recuperar la confianza necesaria para tener el apoyo y posicionamiento en la sociedad, ya que la mejora del impacto e imagen tiene una relación directa con la gestión oportuna de grandes volúmenes de datos centrando la atención en los aspectos clave de la gestión.

Además, las decisiones oportunas sobre los procesos de información y comunicación deben ser coherentes con la visión y misión que ha definido la Universidad.

Por tanto, los lineamientos estratégicos que permitirán mejorar el posicionamiento institucional de la UNESUM, se constituyen en políticas, mandatos o directrices para asegurar el cumplimiento de los objetivos, metas e indicadores de gestión, tomando en cuenta que la tecnología es un instrumento y un servicio que debe contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la Universidad.

La autora propone, en consecuencia, los siguientes lineamientos estratégicos para cada uno de los ejes o variables que integran la gestión académica:

### **1.1 Lineamientos Legales**

1.1.1 El nuevo Estatuto Universitario aprobado por el Consejo de Educación Superior del Ecuador (CES) debe ser socializado permanentemente con la comunidad académica para asegurar su estricto cumplimiento.

1.1.2 Se conformarán sendas Comisiones o Comités de cumplimiento y seguimiento del Plan de Excelencia Universitaria aprobado por el CES que fija un nuevo ordenamiento y vida institucional en la UNESUM y es de cumplimiento obligatorio.

1.1.3 Cada mes se evaluará el cumplimiento del Plan de Fortalecimiento Institucional para presentar los respectivos informes de avance y corregir los problemas actuales para asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos e indicadores.

1.1.4 La intervención de la UNESUM por parte de la Comisión Interventora y de Fortalecimiento Institucional del Consejo de Educación Superior garantiza una nueva, renovada y transparente Institución de Educación Superior al

servicio del Sur de Manabí; por lo tanto debe ser promocionada positivamente esta condición.

1.1.5 Se actualizarán todos los reglamentos, instructivos, manuales y demás normativa para asegurar la calidad y gestión académica universitaria y la acertada toma de decisiones de las distintas instancias de la UNESUM, normativa que se ajuste además a la LOES, al Reglamento de Régimen Académico, al nuevo Estatuto, al Plan de Excelencia, Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI aprobado por el H.C.U.) y al Plan de Fortalecimiento Institucional.

## **1.2 Lineamientos para el Eje Academia**

1.2.1 Se diseñará nuevos proyectos de Carreras o rediseñará una oferta académica que tenga pertinencia con el PNBV y con el Reglamento de Armonización de la Nomenclatura de Títulos Profesionales y Grados Académicos que confieren las Instituciones de Educación Superior, así como de las necesidades del Territorio y las potencialidades de la Zona 4, para crear nuevas fuentes de trabajo e impulsar la productividad.

1.2.2 El diseño de una nueva estructura académica, de investigación y de gestión institucional, será acorde al tamaño de la institución y su desempeño será evaluado y mejorado trimestralmente para asegurar eficiencia y calidad académica.

1.2.3 Todos los procesos y procedimientos de selección de los docentes investigadores y del personal administrativo se realizarán en estricto apego al Estatuto, a los Reglamentos de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior y a la normativa legal interna y de las instituciones de regulación y control.

1.2.4 La evaluación docente será por competencias y bajo el enfoque de 360°, trimestral durante los años 2014, 2015 y al término de cada período académico a partir el 2016.

1.2.5 Los procesos y procedimientos de los concursos públicos para la selección y ascensos para la titularidad de docentes investigadores y personal administrativo, tendrá la participación de delegados de otras instituciones en las respectivas Comisiones que decidan la incorporación en forma transparente y bajo el código de ética y lo que indica la Ley.

1.2.6 La formación y perfeccionamiento docente será permanente y se asignará en el presupuesto anual, de preferencia en convenio y apoyo con los profesionales de otras universidades e instituciones del país y del exterior.

1.2.7 La aprobación de los cursos de formación y perfeccionamiento para los docentes será bajo estricto procedimiento tanto teórico como práctico en presencia de sendas comisiones creadas para el efecto y tendrá relación directa con los méritos para la titularización y escalafón docente.

1.2.8 La capacitación y procesos de consultoría desde la Universidad a la sociedad, tendrán la asesoría y participación directa de profesionales prometeos del exterior bajo Convenios con otras Universidades, para generar calidad y excelencia.

### **1.3 Lineamientos para el Eje Investigación**

1.3.1 La estructura y operatividad de la Investigación en la UNESUM tendrá total relación con la legislación de Educación Superior, y será conformada por los docentes e investigadores de las áreas y unidades académicas, prestando especial atención al personal docente con grado de PhD con los que cuente la institución para optimizar recursos, experiencia y conocimiento del entorno académico y social.

1.3.2 La asignación de las horas de dedicación a la investigación estará asignada por cada periodo académico, en los itinerarios y cronogramas. La investigación sólo se combinará con la docencia para lograr resultados a corto y largo plazo que eleven el nivel científico de la Unesum.

1.3.3 La política de investigación y la planificación estará articulada al PNBV, a los planes y proyectos regionales, de la provincia y de los sectores productivos y sociales; para lograr su participación y beneficios directos.

1.3.4 Las asignaciones presupuestarias para proyectos, estarán determinados en los respectivos presupuestos anuales institucionales y cumplirán los parámetros de la LOES y su Reglamento y serán de cumplimiento obligatorio.

1.3.5 Se establecerán redes de investigación en vinculación con la sociedad, con sus actores tanto públicos, privados como empresariales y con las instituciones del exterior.

1.3.6 Las publicaciones estarán ancladas a las tesis de grado y a los programas de posgrado y tendrán como requisito previo a la titulación, al menos un artículo en revista indexada por cada estudiante. El docente de la institución que participe de programas de maestrías o posgrados también deberá cumplir con la misma exigencia como mínimo.

#### **1.4 Lineamientos para el Eje Infraestructura**

1.4.1 La infraestructura tecnológica será incorporada inmediatamente y se asignará el presupuesto semestral para asegurar el acceso y navegación al internet preferentemente de los estudiantes y las unidades académicas.

1.4.2 Se racionalizará la nómina del personal administrativo progresivamente, para recanalizar el gasto y presupuesto hacia la inversión en infraestructura tecnológica.

1.4.3 Se rediseñará los espacios de las dependencias y se construirá nuevas instalaciones para asignar las respectivas oficinas para el personal docente de tiempo completo y medio tiempo.

1.4.4 La biblioteca central mantendrá una interconectividad en redes virtuales con instituciones nacionales e internacionales.

1.4.5 Se presupuestará y adquirirá bibliografía actualizada en un 20% cada período académico.

1.4.6 Se promoverá la donación de textos actualizados por parte de los diversos actores e instituciones de la sociedad civil.

1.4.7 Se gestionará acciones con las instituciones de la sociedad civil y otras a nivel nacional e internacional, para lograr apoyos que hagan posible construir nueva y moderna infraestructura científica y tecnológica.

1.4.8 La infraestructura estará orientada y tendrá especial atención y preferencia para los estudiantes y personal con discapacidad.

## **1.5 Lineamientos para el Eje Gestión Institucional**

1.5.1 Se mantendrá reuniones de información mensual entre todo el personal académico y administrativo con las autoridades de la comunidad universitaria, para conocer y socializar las decisiones del H. Consejo Universitario, a través de procesos participativos en la toma de decisiones y para retroalimentar los resultados.

1.5.2 Se implementará un sistema de autoevaluación y seguimiento trimestral en todas las áreas del conocimiento, Carreras, Programas y Unidades administrativas. La efectividad será una constante.

1.5.3 Será una práctica trimestral y semestral la rendición de cuentas por parte de todas las autoridades tanto a la comunidad universitaria, a la sociedad como a las instituciones que regulan la Educación Superior.

1.5.4 Para facilitar y apoyar la administración y gestión institucional, será indispensable organizar todo el sistema de información y comunicación en base a los procesos y procedimientos operacionales que evidencien y documenten las actividades y resultados claves. Una estructura organizacional definida es una de las vías.

1.5.5 Se socializará con todas las autoridades y personal académico los reglamentos, instructivos, manuales y demás normativa para evitar dispersión

en la aplicación de la normativa y estandarizar las decisiones en especial las relacionadas con la aplicación del Reglamento de Régimen Académico del CES.

## **1.6 Lineamientos estratégicos para la gestión de la información y comunicación**

1.6.1 La utilización y desarrollo de los sistemas y tecnologías de la información en el ámbito de la gestión universitaria será diseñada y aplicada para estrechar el vínculo con docentes, alumnos, egresados, personal académico y administrativo y muy especialmente con la sociedad.

1.6.2 La información será oportuna, directa, permanente a través de todos los actores de la comunidad universitaria y por todos los medios de comunicación digitales e impresos.

1.6.3 Para mejorar la calidad del servicio según las expectativas de la comunidad universitaria y de la comunidad en general, se presentará información que sea fiel reflejo de la verdad, contextualizada, confiable, actualizada y de fácil acceso.

1.6.4 Las tecnologías de la información y la comunicación que se pongan en práctica en la UNESUM asegurarán la participación de los diferentes actores del sistema universitario desde sus diferentes instancias y roles: alumnos, docentes, autoridades; posibilitando un proyecto educativo universitario hacia la cohesión, el prestigio e imagen institucional.

1.6.5 El rediseño del sitio web oficial de la UNESUM se realizará con el personal técnico de la universidad y con los estudiantes de la carrera de sistemas, mediante un proceso de concurso abierto que reconozca incentivos.

1.6.6 Se dinamizará el acceso al sitio web y se asegurará la inversión ampliando su capacidad de navegación y equipos para su operatividad.



1.6.7 La presentación y organización de la estructura de la información que ofrece el sitio web, será amigable, interactivo y dinámico que facilite la navegación y se logre conocer el pensamiento y criterios de la comunidad universitaria, en especial de los estudiantes.

1.6.8 Se colocará en la página web de la Universidad el nuevo Estatuto, el Plan de Excelencia, Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI) aprobado y el Plan de Fortalecimiento Institucional.

1.6.9 Cada tres meses de correrán encuestas en la comunidad universitaria para asegurar el conocimiento y cumplimiento del nuevo Estatuto, del Plan de Excelencia, Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI) y del Plan de Fortalecimiento Institucional.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

Una primera y relevante conclusión consecuencia del estudio y del análisis realizado por la autora con relación a la propuesta efectuada en el Capítulo IV, es que, el diseño de lineamientos estratégicos y de comunicación si permitirá mejorar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, siempre que las máximas autoridades de la Institución reconozcan la importancia de la crisis y aprueben desde su máximo organismo el conjunto de lineamientos estratégicos que la autora ha propuesto sobre la gestión y procesos académicos así como de los sistemas de información y comunicación.

Una obvia conclusión, desde un punto de vista de posicionamiento institucional, anima a pensar que si tenemos un buen producto o servicio educativo, una estrategia comunicacional o de información contribuiría a mejorar o fortalecer su posicionamiento fruto de su imagen y prestigio. Es decir, un buen producto y renovada institución que ha sido consecuencia de un rediseño, de una reestructuración y de un cambio radical en su organización interna; con seguridad contribuirá a tener una aceptación positiva.

La autora considera que la falta de un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital en la Universidad, habiendo entrado en un proceso drástico de cambio y de reestructuración, ha ocasionado que ésta aún no tenga al menos un mejor nivel de posicionamiento en la provincia manabita, misma que por su alta demanda de preparación profesional valora mucho el argumento que se está realizando a través de este estudio, ya que sus aportes serán valorados, validados y tomados en consideración por el nivel ejecutivo de la institución para aportar a su direccionamiento y excelencia académica.

La comunicación digital debe ser una política institucional que permita la expresión transparente de la gestión, el uso de imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs para expresar pensamientos, ideas, comunicaciones, trabajos de los docentes/estudiantes/personal administrativo. Que los resultados producidos y las

ideas vertidas de la sociedad y comunidad universitaria, sean generadoras de debate que enriquezcan y afiancen el mejoramiento Institucional.

Si los lineamientos estratégicos planteados en la propuesta se aplica de manera inmediata en la Universidad, los resultados de la propuesta evidenciará ante los organismos de control del sistema de educación superior, que las acciones implementadas están documentadas y que se han informado o comunicado tanto a la comunidad universitaria como a la sociedad.

El acceso inmediato a la información y la fluidez en la comunicación, el trabajo en red, en los procesos y servicios; deben ser parte de la cultural institucional de la UNESUM.

Se recalca entre estas conclusiones, que el uso creciente de la tecnología digital en general y el internet han provocado cambios sociales significativos que dicho en otras palabras es el nacimiento de un nuevo paradigma cultural el cual ha modificado las prácticas, comportamientos, valores individuales y formas organizativas afectando especialmente a la producción, distribución, comunicación y uso del conocimiento.

Un modelo integral de gestión de la información y comunicación permitirá evidenciar todos los cambios que se están dando en la UNESUM pero además se debe articular a los medios de información que contribuyan a multiplicar y amplificar la gestión de la institución.

Para la implementación de los lineamientos estratégicos que constan en la propuesta, tiene que involucrarse principalmente a los actores claves del proceso de formación que son los Docentes, quienes al ser incluidos en un proceso de perfeccionamiento docente y pedagógico permanente, deben evidenciar en la práctica este mejoramiento mediante una evaluación permanente por parte de la comunidad de estudiantes.

La implementación de la propuesta de lineamientos estratégicos tienen que realizarse mediante un proceso participativo y autocrítico de las autoridades

académicas, donde intervengan permanentemente los propios estudiantes y egresados que refleje una retroinformación real y asegure un seguimiento y autoevaluación, no en base al juicio subjetivo al interior de la Universidad, sino en base a los resultados efectivos que se evidencien.

Los efectos futuros estarán relacionados directamente con estos resultados, los informes y evidencias que se entreguen a los organismos de control del sistema de educación superior y por supuesto a la información que se obtenga de ellos. Estos efectos estarán dirigidos a apuntalar o sostener este proceso de cambio, mejoramiento continuo y aseguramiento de la calidad de la educación superior, que devuelva la confianza a la comunidad.

Con seguridad, otro de los efectos será la incorporación de nuevo talento humano que cumpla los requisitos mínimos especialmente en el personal Docente, pero además será necesario desprenderse del personal académico y administrativo incluyendo las actuales autoridades, para generar un cambio de mayor credibilidad y mayor rapidez.

Posiblemente en la incorporación de una nueva planta docente se incluyan jóvenes profesionales que cumplan los requisitos mínimos, pero que seguramente no tengan la experiencia ni los conocimientos específicos dentro de un área o especialización; por lo que será estrictamente necesario ir midiendo el impacto en el ejercicio docente y pedagógico especialmente para los ambientes virtuales. Este aspecto conllevará a probar además el manejo de herramientas tecnológicas y de la comunicación que seguramente requerirá la virtualización de los procesos de enseñanza.

A diferencia de lo que se detectó en el estudio donde la UNESUM proyectó en corto y mediano plazo una imagen totalmente deteriorada hacia la sociedad, con la desconfianza que generó en los estudiantes con respecto a sus autoridades; será más difícil que a corto y mediano plazo se recupere esa confianza por lo que se prevé que la propuesta de los lineamientos estratégicos planteados será a largo plazo y requerirá nuevos planteamientos o rediseño de los

lineamientos que servirán a corto plazo.

Una mayor articulación entre los organismos de ciencia y tecnología y la Universidad sobre la base de la investigación aplicada y la tecnología, dando respuesta con ello a la ansiada cooperación internacional que exigen las leyes de Educación Superior como vía para la transferencia de la información generada; será uno de los efectos claves para la nueva evaluación y acreditación institucional.

Una infraestructura acorde a las tendencias de las mejores universidades y escuelas de negocios al menos de Ecuador y Latinoamérica, será una estrategia que marcará diferencias y consolidará posiciones en el sistema educativo. Las instalaciones, laboratorios, salas de docentes, aulas didácticas, aulas virtuales, bibliotecas, equipos y tecnología entre otros, deben ofrecer comodidad y accesibilidad para el buen desempeño de la comunidad universitaria.

La universidad no puede funcionar como una entidad que genere conocimiento internamente, por ello la UNESUM debe configurarse como un ente de coordinación entre una Red donde participan actores internos y externos, lo cual permitirá generar aportes a través de redes que excedan los límites institucionales, con transparencia, apertura y liderazgo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguera, R. (2004). *Liderazgo y Compromiso Social*. Mexico: BUAP.
- Aguilar, M; Durán M., F. (2000). “Tecnología web para la entrega de docencia en la Universidad Estatal a Distancia” Segundo Congreso Universitario de la Universidad Estatal a Distancia.
- Alberich, J. (2005). *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Barcelona: Eureka Medial.
- Bateman, A. (1999). *Comunicaciones digitales: diseño para el mundo real*. Barcelona: MARCOMBO S.A.
- Bernardez, M. (2007). *Desempeño Organizacional: Mejora creacion e incubacion de nuevas Organizaciones*. Estados Unidos: AuthorHouse.
- Betancourt, J. (2006). *Gestión Estratégica: Navegando Hacia El Cuarto Paradigma*. Mexico: Eumed.
- Blanchard, K. (2007). *Liderazgo al Mas Alto Nivel: Como Crear y Dirigir Organizaciones de Alto Desempeno*. Bogotá: Norma.
- Casalino , C. (2004). *Nuevas tendencias en gestión universitaria*. Lima: UNMSM.
- CES. (13 de 11 de 2013). *Acerca de Nosotros: slideshare.net*. Obtenido de slideshare.net Web Site: <http://www.slideshare.net/marypenafiel/regimen-acadmico-aprobado-noviembre-2013>
- Collison, C.; Parcell, G. (2003). La gestión del conocimiento. Cap. 2. España: Ed. Paidós.
- Constitución del Ecuador. (20 de 10 de 2008). *Acerca de nosotros: cicad.oas.org*. Obtenido de cicad.oas.org Web Site: [http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento\\_institucional/legislations/PDF/EC/constitucion.pdf](http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/legislations/PDF/EC/constitucion.pdf)
- Cuesta, U. (2012). *Planificación estratégica y creatividad*. Madrid: ESIC Editorial.

- Díaz de Santos S.A. (1997). *Comunicación eficaz con la clientela*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Díez Freijeiro, S. (2006). *Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa*. España: Ideaspropias Editorial.
- Editorial Vertice. (2008). *Comunicación interna*. Malaga: Editorial Vertice.
- Obtenido de <http://books.google.com.ec/books?id=58mgFXs6jX8C&pg=PA2&dq=concepto+de+receptor+de+la+comunicacion&hl=es&sa=X&ei=apV7U77FBY-lqAbq3YDIDQ&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=concepto%20de%20receptor%20de%20la%20comunicacion&f=false>
- Eldiario. (15 de 07 de 2014). *Acerca de Nosotros: eldiario.ec*. Obtenido de eldiario.ec Web Site: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/284463-leccion-de-la-unesum/>
- Fajardo, O. (05 de 01 de 2008). <http://fbusiness.wordpress.com>. Obtenido de <http://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>
- Falivene, G.; Gurmendi, M. I.; Silva, G. M. "El e-learning como mecanismo articulador de procesos de gestión del conocimiento y formación continua en las organizaciones públicas. El caso del Sistema de Información Universitaria". Concurso Internacional Sobre Mecanismos de e-Learning para Mejorar la Fbusiness. (5 de Enero de 2008). *Acerca de nosotros: Fbusiness.wordpress*. Obtenido de Fbusiness.wordpress.com Web site: <http://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>
- Fernández, S. (2007). *Cómo gestionar la comunicación: en organizaciones públicas y no lucrativas*. Madrid: NARCEA S.A.

Finkelievich, S.; Prince, A. (2006). "Universidades y TIC's en la Argentina. Las universidades argentinas en la sociedad del conocimiento" Buenos Aires: Telefónica.

Finch, J. (2009). *Administración*. Mexico: Libri mundi. Obtenido de [http://books.google.com.ec/books?id=g\\_nweMjueSkC&pg=PA293&dq=definicion+de+la+administracion+estrategica&hl=es&sa=X&ei=6oF9U83kJKrQsQSLiYGgDw&ved=0CDYQ6AEwAg#v=onepage&q=definicion%20de%20la%20administracion%20estrategica&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=g_nweMjueSkC&pg=PA293&dq=definicion+de+la+administracion+estrategica&hl=es&sa=X&ei=6oF9U83kJKrQsQSLiYGgDw&ved=0CDYQ6AEwAg#v=onepage&q=definicion%20de%20la%20administracion%20estrategica&f=false)

Frances, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. Ciudad de Mexico: PEARSON.

Garcia, E. (2007). *Inversiones en TIC y estrategias de crecimiento empresarial*. Espana: Univ. Autònoma de Barcelona.

Garcia, L. (2007). *Comunicación preventiva: planificación y ejecución de estrategias de información*. La coruña: Gesbiblo S.L.

Gómez, V. (2004). *Gobierno y gobernabilidad en las universidades públicas*. Colombia: Univ. Nacional de Colombia.

Gómez V.; Suárez R. (2007). *Sistemas de Información*. Cap. 1. México: Ed. Alfaomega.

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/gestion-de-la-informacion-y-el-conocimiento-en-las-universidades.htm>

Lahora. (22 de 04 de 2012). *Acerca de Nosotros: lahora.com.ec*. Obtenido de lahora.com.ec Web Site: [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101318131/-1/Unesum\\_entre\\_las\\_mejores\\_de\\_la\\_provincia.html#.U-EdZ\\_l5NrY](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101318131/-1/Unesum_entre_las_mejores_de_la_provincia.html#.U-EdZ_l5NrY)

Ledo, M; Hidalgo A.; Machado C.; Azcuy M.; Piñedo Pérez. (2001) "Portales dinámicos. Sistemas para información universitaria" I Congreso Internacional de Tecnologías y Contenidos Multimedia en Ambientes Digitales. Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Departamento de Telemática. La Habana.



LOES. (10 de 10 de 2010). *Acerca de Nosotros: educaciondecalidad.ec*. Obtenido de educaciondecalidad.ec Web site: <http://educaciondecalidad.ec/leyes-sistema/ley-educacion-superior-loes.html>

Matterlart, A. y Matterlart, M. 1997. *Historia de las teorías de la comunicación*. España: Paidós.

Martin, L. (13 de Agosto de 2013). *Acerca de nosotros: Redes educacion*. Obtenido de [www.redeseducacion.net](http://www.redeseducacion.net) web site: <http://www.redeseducacion.net/articulos/Materiales/Interculturalidad/Dimensiones%20principales%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20intercultural.pdf>

Ministerio de Educación. (2009). *El Gobierno de la Educacion Superior en Europa*. Espana: Ministerio de Educación.

Monsalve, A. (2003). *Teoria De Informacion y Comunicacion Social*. Quito: Ediciones Abya- yala. Obtenido de <http://books.google.com.ec/books?id=UlKOnsffiuwC&pg=PA49&dq=concepto+de+comunicacion+social&hl=es&sa=X&ei=HPhjU6SDNIIfKsQSCvYHwCw&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=concepto%20de%20comunicacion%20social&f=false>

Monsalve, A. (2003). *Teoria De Informacion Y Comunicacion Social*. Quito: Publicaciones digitales Abya - Yala.

Mora, C. (2009). La gestión de la información y el conocimiento en las universidades.

Niembro, D. (2010). *Sé innovadorRH: Utiliza las claves del marketing para potenciar la gestión de*. Madrid: Esic Editorial.

Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información*. Madrid: Dykinson S.L.

Ottaviani, J. A.; Tancredi, M.; Salmerón, E. (2007) “Políticas de gestión universitaria y su relación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación” Universidad Nacional de Cuyo.

Pardo, K. H. (2006). Pautas hacia un modelo de aplicación web institucional universitaria. El caso de los webcom: sitios de facultades de comunicación iberoamericana” Revista Zer, 21.

Passoni, L. I.; Zanfrillo, A. “Un modelo de gestión del conocimiento en los departamentos académicos”. Centro de Investigaciones de la Gestión Universitaria, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMDP.

Pelayo, N., & Cabrera, A. (2002). *Lenguaje y comunicación: conceptos básicos, aspectos teóricos generales*. Caracas: EditorialCEC S.A. Obtenido de <http://books.google.com.ec/books?id=5rqRZJjSZQsC&pg=PA18&dq=concepto+de+comunicacion+social&hl=es&sa=X&ei=zdNhU4mnN7SwsAS81IBw&ved=0CDsQ6AEwAQ#v=onepage&q=concepto%20de%20comunicacion%20social&f=false>

Pladecobulnes. (15 de 05 de 2014). *Acerca de Nosotros:*  
*pladecobulnes.bligoo.com*. Obtenido de pladecobulnes.bligoo.com Web site: <http://pladecobulnes.bligoo.com/content/view/98531/Definicion-de-Lineamientos-Estrategicos-Comunales.html>

Primerospasos. (18 de Abril de 2012). *Acerca de nosotros:*  
*Primerospasosensocialmedia.wordpress.com*. Obtenido de <http://primerospasosensocialmedia.wordpress.com> wen site:  
<http://primerospasosensocialmedia.wordpress.com/tag/tipos-de-blog-corporativos/>

Piñero, M; Carrillo, Vásquez, A; García, B. (2007). “Premisas estratégicas para la gestión de la virtualidad de la enseñanza de las instituciones de educación superior” Revista Apertura, noviembre, año/vol. 7, número 007, Universidad de Guadalajara, México.

Ramirez, G. (2004). *Desempeño Organizacional Retos y Enfoques Contemporáneos*. Mexico: UDO.

Rebeil, M., & Ruiz, C. (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. Mexico: Plaza y Valdez.

Reyes, A. (2004). *Administración de empresas: teoría y práctica*. Mexico: Limusa S.A.

Rodríguez, M.; Raposo R. (2005). “BibliOnline: un sitio para la gestión de los procesos docentes” Facultad de Informática, Universidad de Camagüey, Cuba. Revista Digital Universitaria, Volumen 6, Número 2.

Rodriguez, L. (1999). *Comunicación de empresa en entornos turbulentos*. Madrid: ESIC.

Rojas, O. (2005). *Relaciones públicas. La eficacia de la influencia*. Madrid: ESIC.

Salinas, A. (17 de 05 de 2014). Obtenido de <http://aalfredosalinas.wordpress.com/2010/10/31/la-estrategia-competitiva-y-la-estrategia-de-posicionamiento-competitivo-parte-ii/>

Salinas, A. (17 de 05 de 2014). *Acerca de Nosotros: aalfredosalinas.wordpress.com*. Obtenido de aalfredosalinas.wordpress.com Web Site : <http://aalfredosalinas.wordpress.com/2010/10/31/la-estrategia-competitiva-y-la-estrategia-de-posicionamiento-competitivo-parte-ii/>

Sánchez, J. (2009). *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC.

Saura, P. (2005). *La Gestión y la comunicación de crisis en el sector de alimentacion y bebidas*. Madrid: R.B. Servicios Editoriales S.L.

Silvio, J. (2.000). La virtualización de la universidad: ¿cómo transformar la educación superior con la tecnología? Cap. 1. IESALC/UNESCO, Caracas.

UNESUM. (25 de 07 de 2014). *Acerca de Nosotros: unesum.edu.ec*. Obtenido de unesum.edu.ec Web Site: <http://unesum.edu.ec/index.php/historia-universitaria>

UNESCO. (2008). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura “Estándares de competencias TIC para docentes”. Londres.

Uproimni. (1 de Octubre de 2012). *Acerca de nosotros: Uproimni.blogspot.com*.

Obtenido de <http://uproimni.blogspot.com> Web Site:

<http://uproimni.blogspot.com/2008/03/estrategias-de-posicionamiento-de.html>

Valdés, L. (2005). *planceacion estrategica con enfoque sistemico*. Mexico D.F.:

Libri mundi. Obtenido de

[http://books.google.com.ec/books?id=fnt2iUvjkncC&pg=PA1&dq=concepto+de+la+administracion+estrategica&hl=es&sa=X&ei=ZHt9U-\\_tLdSwsATL2YCICA&ved=0CEMQ6AEwBA#v=onepage&q=concepto%20de%20la%20administracion%20estrategica&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=fnt2iUvjkncC&pg=PA1&dq=concepto+de+la+administracion+estrategica&hl=es&sa=X&ei=ZHt9U-_tLdSwsATL2YCICA&ved=0CEMQ6AEwBA#v=onepage&q=concepto%20de%20la%20administracion%20estrategica&f=false)

Viladot, M. (2008). *Lengua y comunicación intergrupal*. Barcelona: Editorial

UOC. Obtenido de

<http://books.google.com.ec/books?id=zjZdmsYryJcC&pg=PA15&dq=concepto+de+dimensi%C3%B3n+de+la+comunicacion&hl=es&sa=X&ei=M6F7U9nwFo-SqgafvIHIAg&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q=concepto%20de%20dimensi%C3%B3n%20de%20la%20comunicacion&f=false>

Zambrano, A. (2006). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Caracas: Universidad Catolica Andres Bello.

## **ANEXOS**



### **Universidad Estatal del Sur de Manabí**

La universidad Estatal del sur de Manabí presenta esta encuesta para obtener información muy valiosa para la investigación que se está realizando, cuyo objetivo es determinar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal de Sur de Manabí en términos absolutos y respecto a su competencia relevante de la macro región.

Es muy importante que responda las preguntas con sinceridad y mucha coherencia para que los resultados obtenidos sean reales.

De antemano el más sincero agradecimiento por su colaboración, cabe denotar que la información brindada por Ud. será manejada con mucha discreción y confidencialidad.

## **ENCUESTA**

### **(Estudiantes)**

**1 ¿Al pensar en instituciones de educación superior, ¿Cuál de las siguientes considera usted más importante en el medio?**

- ☐ Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí
- ☐ Universidad Estatal del Sur de Manabí
- ☐ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
- ☐ Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo

- ☐ Universidad Técnica de Manabí

**2 ¿Si las siguientes Universidades Tradicionales y Privadas impartieran la carrera que quiere estudiar ¿Cuál de ellas sería la de preferencia suya para realizar sus estudios?**

Siendo 1 Ninguna preferencia y 5 Mucha preferencia

	Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí	Universidad Estatad del Sur de Manabí	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo	Universidad Técnica de Manabí
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**3 ¿Cómo considera usted el nivel académico y profesional de los docentes de la UNESUM?**

- ☐ Excelente
- ☐ Bueno
- ☐ Ni bueno, ni malo
- ☐ Malo
- ☐ Pésimo

**4 ¿Considera usted que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado?**

- ☐ Totalmente de Acuerdo
- ☐ De Acuerdo
- ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- ☐ Poco de acuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

**5 ¿Cree usted que el personal docente de la UNESUM necesita nueva capacitación para mejorar la calidad en la relación enseñanza aprendizaje?**

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- ☐ Poco de acuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

**6 ¿Desde su punto de vista cuáles son los aspectos NEGATIVOS que tiene para usted la UNESUM?**

Siendo 1 Nada importante y 5 Muy Importante

	Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital	Falta de información	Falta ferias estudiantiles	Ubicación	Falta carreras universitarias	Educación no es de calidad
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**7. ¿De las siguientes Unidades cuál considera usted que es la que más acogida tiene entre los estudiantes que ingresan a la UNESUM?**

Siendo 1 Nada Importante y 5 Muy Importante

	Ciencias Administrativas y Económicas	Ciencias de la Construcción	Ciencias de la Salud	Ciencias Forestales Ambientales y Agropecuarias	Ciencias Informáticas y Sistemas	Eco turismo	Ciencias Contables y Auditoras
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



4    ☐                      ☐                      ☐                      ☐                      ☐                      ☐                      ☐

5    ☐                      ☐                      ☐                      ☐                      ☐                      ☐                      ☐

**8. ¿Cómo considera usted la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM?**

- ☐ Excelente
- ☐ Bueno
- ☐ Ni bueno, ni malo
- ☐ Malo
- ☐ Pésimo

**9. ¿Considera usted que un sistema apropiado de comunicación digital ayudaría a la UNESUM a mejorar su imagen y su posicionamiento en la Provincia de Manabí?**

- ☐ Totalmente de Acuerdo
- ☐ De Acuerdo
- ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- ☐ Poco de acuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

**10. ¿Cómo estudiante usted se siente satisfecho con la calidad de estudios o el nivel académico impartidos por la UNESUM?**

- ☐ Totalmente satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Ni mucho, ni nada satisfecho
- ☐ Casi insatisfecho
- ☐ Totalmente insatisfecho



## **Universidad Estatal del Sur de Manabí**

La universidad Estatal del sur de Manabí presenta esta encuesta para obtener información muy valiosa para la investigación que se está realizando, cuyo objetivo es determinar el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal de Sur de Manabí en términos absolutos y respecto a su competencia relevante de la macro región.

Es muy importante que responda las preguntas con sinceridad y mucha coherencia para que los resultados obtenidos sean reales.

De antemano el más sincero agradecimiento por su colaboración, cabe denotar que la información brindada por Ud. será manejada con mucha discreción y confidencialidad.

### **ENCUESTA**

**(Docentes)**

**1. ¿Considera usted que la UNESUM le brinda todas las comodidades y las facilidades para realizar su trabajo?**

- ☐ Totalmente de Acuerdo
- ☐ De Acuerdo
- ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- ☐ Poco de acuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

**2. ¿Considera usted que un sistema de lineamientos estratégicos y comunicación digital ayudarán a la UNESUM a mejorar la categoría y su imagen en la provincia y a nivel nacional?**

- ☐ Totalmente de Acuerdo
- ☐ De Acuerdo
- ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- ☐ Poco de acuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

**3. ¿Considera usted que el nivel de reconocimiento o posicionamiento de la UNESUM en la provincia de Manabí está deteriorado?**

- ☐ Totalmente de Acuerdo
- ☐ De Acuerdo
- ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- ☐ Poco de acuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

**4. ¿Según su criterio que hace que una institución de Educación Superior sea de excelencia y calidad?**

	Buenos profesores (De calidad, capacitados, con post grados)	Excelencia académica (enseñanza de calidad)	Que tenga carreras acreditadas	Alto nivel de exigencia	Prestigio	Trayectoria, antigüedad, tradición	Infraestructura adecuada (salas, bibliotecas, laboratorios, equipamiento)	Tecnología
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 4 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 5 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

**5. ¿Cree usted que la UNESUM cuenta con un apropiado sistema de lineamientos estratégicos que le ayuden a tomar decisiones correctas con respecto a las actividades que esta realiza?**

Siendo 1 Nada Importante y 5 Muy Importante

- a. ☐ Totalmente de Acuerdo
- b. ☐ De Acuerdo
- c. ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- d. ☐ Poco de acuerdo
- e. ☐ Totalmente en desacuerdo

**6. ¿Desde su punto de vista cuáles son los aspectos NEGATIVOS que tiene para usted la UNESUM?**

- f. ☐ Excelente
- g. ☐ Bueno
- h. ☐ Ni bueno, ni malo
- i. ☐ Malo
- j. ☐ Pésimo

**7. ¿Cómo considera usted la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM tanto a la sociedad como al todo el personal interno?**

- k. ☐ Excelente
- l. ☐ Bueno
- m. ☐ Ni bueno, ni malo
- n. ☐ Malo
- o. ☐ Pésimo

**8. ¿Cómo considera usted la atención brindada por el personal administrativo actual de la UNESUM?**

- p. ☐ Totalmente de acuerdo
- q. ☐ De acuerdo
- r. ☐ Ni mucho, ni nada de acuerdo
- s. ☐ Poco de acuerdo
- t. ☐ Totalmente en desacuerdo

**9. Como miembro universitario ¿Cuáles son para usted los aspectos NEGATIVOS que tiene la UNESUM?**

Siendo 1 Nada importante y 5 Muy Importante

	Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital	Falta de información	Falta ferias estudiantiles	Ubicación	Falta carreras universitarias	Educación no es de calidad
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Carencia de lineamientos estratégicos y comunicación digital	Falta de información	Falta ferias estudiantiles	Ubicación	Falta carreras universitarias	Educación no es de calidad
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

**10. De las siguientes Unidades de la UNESUM ¿Para usted cuál de ellas considera que necesita más atención en cuanto a restructuración académica se refiere?**

Siendo 1 Nada Importante y 5 Muy Importante

	Ciencias Administrativas y Económicas	Ciencias de la Construcción	Ciencias de la Salud	Ciencias Forestales Ambientales y Agropecuarias	Ciencias Informáticas y Sistemas	Eco turismo	Ciencias Contables y Auditoras
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>